



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA**

Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais

Curso de Direito

**Viviane Ferreira de Lima Soares**

**FASHION LAW:**

**O Direito de Propriedade Intelectual Aplicado à Indústria da Moda**

Brasília  
2016

Viviane Ferreira de Lima Soares

**FASHION LAW:  
O Direito Autoral Aplicado à Indústria da Moda**

Monografia apresentada à Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais do Centro Universitário de Brasília como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Me. Paulo Henrique Franco Palhares.

Brasília  
2016

Viviane Ferreira de Lima Soares

**FASHION LAW:**  
**O Direito Autoral Aplicado à Indústria da Moda**

Monografia apresentada à Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais do Centro Universitário de Brasília como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Me. Paulo Henrique Franco Palhares.

BRASÍLIA,                      de                      de                      .

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof.

---

Prof.

---

Prof.

À minha mãe, responsável por me fazer chegar onde estou e por ser uma incentivadora constante para que eu vá além.

Aos meus amigos e familiares que compartilharam comigo essa caminhada e torcem pelo meu sucesso.

## AGRADECIMENTOS

A mim mesma, pela força de vontade e superação desse imenso desafio em um momento tão difícil da minha vida. Sempre a minha mãe, Janilda, que apesar de ter demandado muito de mim durante a elaboração dessa monografia sempre me incentivou e esteve ao meu lado incondicionalmente e sei que sempre vai estar. Aos meus queridos professores do curso de Direito vespertino pelos ricos ensinamentos e paciência. Agradeço, *in memoriam*, a querida professora Maria Heloísa Fernandes que iniciou a minha orientação e foi muito corajosa tanto ao aceitar me orientar, mesmo desconhecendo sobre o assunto, mas primordialmente pela batalha que enfrentou para lutar pela vida apesar do seu grave problema de saúde. Aos queridos funcionários do Ceub que de alguma maneira estavam dispostos a me ajudar, especialmente ao Fabiano Raimundo. E às memórias de amor, carinho, cumplicidade e companheirismo que a Chrystel deixou em mim para que eu jamais me esqueça da doçura no dia-a-dia.

## RESUMO

Na sociedade contemporânea, a moda atua como ferramenta de grande destaque e este mercado imprime números expressivos tanto de produção quanto de faturamento. Nos últimos tempos, por mais menosprezada que a moda tenha sido pelo Direito, ele está descobrindo que deve-se dedicar mais aos assuntos relacionados à indústria da moda. Entre tantos ramos aplicáveis às especificidades do mundo *fashion*, o mais controverso é o que trata da aplicação do Direito de Propriedade Intelectual, mais precisamente a proteção do Direito Autoral aos artigos de moda. Embora, as criações de moda sejam classificadas como modelos de utilidade, é possível que muitas delas apresentem um caráter estético tão relevante que são consideradas verdadeiras obras de arte, que não somente cobrem ou protegem o corpo humano, mas adornam e embelezam e, portanto, dignas de proteção das normas de Direito de Autor. A tutela repercute de forma auspiciosa não só para o detentor dos direitos, mas também para o mercado em si e para o consumidor final. O presente trabalho se utiliza do método dedutivo de estudo com a intenção de colaborar para a ampliação dos debates no esforço de encontrar soluções aplicáveis à disputa, cada vez mais frequente, nesta seara e suas repostas já podem ser encontradas no ordenamento jurídico brasileiro atualmente em vigor, contanto que se tenha noções mais robustas em relação as idiossincrasias do universo da moda.

**Palavras-chave:** Propriedade intelectual. Direito Industrial. Direito Autoral. Criações de moda. Fashion Law. Direito da Moda. Direito.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	8
<b>1 O DIREITO E A MODA</b>	
1.1 A Importância da Moda na Sociedade Contemporânea	10
1.2 Direito e Moda	13
<b>2 PROPRIEDADE INTELECTUAL E A MODA</b>	
2.1 Síntese da Evolução Histórica do Direito de Propriedade Intelectual	18
2.2 Do Direito de Propriedade Industrial	22
2.3 Do Direito Autoral	28
<b>3 O EMPREGO DOS PRECEITOS DE DIREITO AUTORAL ÀS CRIAÇÕES DE MODA</b>	
3.1 Das Criações de Moda como Obras Autorais Protegidas	39
3.2 Da Proteção Autoral Outorgada às Criações de Moda e seus Efeitos	43
<b>CONCLUSÃO</b>	48
<b>REFERÊNCIAS</b>	51

## INTRODUÇÃO

### Introdução

A moda representa uma questão de grande importância para a sociedade contemporânea e o comércio que dela resulta aponta grande incremento, mostrando-se uma área de negócio das mais lucrativas, que mais emprega no mundo e uma das que mais incidem tributos.

Assim, evidenciou-se a necessidade de que o Direito se debruce mais atentamente sobre os desafios jurídicos enfrentados pelo universo da moda, implementando no Brasil de forma concreta um melhor entendimento sobre o chamado Direito da Moda ou *Fashion Law* (termo em inglês), seguindo uma tendência Europeia e Norte Americana, a qual funda-se no melhor emprego de institutos jurídicos já existentes, como por exemplo o Direito da Propriedade Intelectual, a tais demandas.

O presente trabalho recai sobre este tema, preferencialmente acerca da viabilidade da aplicação da tutela outorgada pelo Direito Autoral às criações de moda. O que se anseia testemunhar é que, a despeito de suas idiossincrasias, diversos itens do mundo da moda são genuínas criações do espírito humano e, portanto, merecedoras de tal custódia judicial.

Estes produtos, os quais são meios de exteriorização do espírito humano, ou seja, de expressão pessoal de estilistas e fashionistas, embora expressem a incumbência de atender a premência indispensável de nos cobrir e proteger, vai além, pretende adornar, ou seja, enfeitar quem os usa, sendo também uma forma de manifestação original de quem as veste, pois possuem em sua própria idealização aspectos ligados ao lindo e ao alindamento, bem como elementos evidenciadores da estratificação social.

Oportuno salientar que o dito “criação (ões) de moda” pode abarcar inúmeras variedades de artigos, todavia, nesta monografia, será adotada como alusão a calçados, a vestuário e a acessórios, mais especificamente às joias e bolsas, apenas para delimitar e, portanto, tornar mais objetivo o universo estudado.

No primeiro capítulo, é realizado um exame a respeito da magnitude da moda na atualidade, contendo seus primórdios e sua repercussão na sociedade. Verifica-se o nexo entre



o cenário moderno, da exaltação do frívolo e do individualismo, somado à avidez permanente pelo novo, sendo este o principal responsável pelo fluxo inquieto de lançamentos de tendências - novidades - pelo mundo da moda.

Conjuntamente procura-se compreender a concepção do Direito da Moda e a conveniência de incentivar debates sobre este assunto, para que os operadores do direito possuam a chance de empregar as diretrizes legais hoje vigente às especificidades do mundo da moda, com o propósito de harmonizar uma estruturação doutrinária e jurisprudencial adequada à legislação brasileira e hábil a seguir o acelerado ritmo dessa indústria tão dinâmica e em franca ascensão.

No capítulo subsequente são apresentados alguns conceitos indispensáveis para o avanço desta pesquisa, entre tantos o de criação de moda, o de Propriedade Intelectual e o de Direito de Autor. Importância maior é destinada especificamente ao Direito Autoral, já que o propósito deste trabalho é investigar a função do baluarte autoral aos produtos da indústria da moda, dessa forma compreendida como a “indústria têxtil e de confecções, a de gemas e joias e a de couro, calçados e artefatos” (BRASIL. MDIC, [201?]).

Por isso, pondera-se a respeito da criação intelectual tutelável – definição, peculiaridades e exigências. Ademais, demonstra-se quais são os tais direitos autorais, quem pode registrá-los, como se adquire, seu período de duração e outros fatos relevantes.

Por fim, no último capítulo, são desenvolvidas algumas discussões, as quais se referem à viabilidade de as peças de moda serem consideradas obras intelectuais protegidas, partindo de um exame das características dos produtos e dos requisitos evidenciados pela legislação brasileira.

Logo após, são expostos e debatidos alguns efeitos da tutela autoral das criações da indústria da moda, não somente a partir da ótica do estilista e das marcas as quais eles representam.

Se faz oportuno evidenciar que o objetivo deste trabalho não é apontar soluções categóricas, não obstante apresentar a ponderação de alguns contornos sobre a utilização da Lei de Direitos Autorais em relação às criações de moda, especialmente com a intenção de promover o debate sobre o tema, dada a sua importância na sociedade contemporânea.

## 1 O DIREITO E A MODA

### 1.1 A Importância da Moda na Sociedade Contemporânea

As primeiras orientações no caminho para o exame econômico sobre a cultura, que se tem notícia, datam do século XX na Alemanha. Publicado em 1910, em uma revista acadêmica alemã, o artigo “A arte e a economia” tornou-se referência sobre os primeiros estudos sobre este tema em associação com outras publicações voltadas para o mesmo assunto (FREY, 2000 apud ECONOMIA E CULTURA DA MODA NO BRASIL, p. 16).

Para Barnard (1996 apud FIORINI, 2008), a moda não é apenas uma reverberação ou repercussão de uma formação social, ela é parte dessa composição. Por esse motivo, a moda reflete-se em várias áreas de atuação do ser humano, como por exemplo: na economia, na sociologia, na psicologia, na antropologia, fortemente nas artes e, como não poderia ser diferente, no direito também.

Por muito tempo, e por serem muitas vezes tratados como banalidades, os inúmeros fenômenos da moda já foram interpretados de diversas maneiras. Em determinada época fazia as vezes de mera proteção para o corpo, em outras faziam parte dos costumes ligados quase que exclusivamente à moral e também relacionados às segregações socioeconômicas, sendo que este último trata da concepção mais difundida de explicação da moda.

A moda, para Simmel (2008), seria a motivadora, por um lado, da construção de laços entre as pessoas que ocupam posição semelhante e, por outro lado, da segregação daqueles pertencentes a outros grupos sociais. Ou seja, a moda possuiria o papel de evidenciar visivelmente, por meio da indumentária e de ornamentos, a qual classe social uma pessoa fazia parte.

Segundo Bourdieu (2007), outros olhares passam a recair sobre a moda, pois sobre ela começa a se enxergar uma nova perspectiva. Atualmente, a moda passa a ser vista como parte de conceitos como a subjetividade, a individualidade e o estilo de vida. Isso se dá porque a sociedade se transformou em uma coletividade mais complexa e culturalmente mais pulverizada. Interessante notar que a sociedade hoje não está apenas dividida em classes sociais, já que não estão tão segregadas como já foram antes, ela vai além disso, pois hoje em

dia existem fragmentação dentro dessas mesmas classes, já que os sujeitos que as compõem manifestam gostos diversos, bem como como estilos de vida diferenciados.

Por conseguinte, de acordo com Lipovetsky (1989), cada indivíduo, influenciado pelas suas vivências particulares e pela assimilação da atmosfera que o cerca, demonstra aptidão decisória e, assim, apodera-se da vestimenta como um modo de exteriorização e aceção de suas predileções subjetivas.

É, portanto, nessa aptidão decisória de cada pessoa que se alicerça o próprio nascimento da moda, que teria acontecido apenas na Idade Média, entendendo ser um fenômeno restrito ao Ocidente, dado que as sociedades rudimentares, por serem super conservadoras, obstavam e até mesmo dessabiam sobre esse sentimento novo de mudanças e desejos individuais, característico da moda e das sociedades ocidentais recentes. (LIPOVETSKY, 1989).

A moda, dessa forma como a conhecemos hoje, só pôde aflorar quando o ser humano passou a se afirmar como agente no seu devido meio social, não se permitindo estar enclausurado às normas sociais vividas e validadas pelo passado e pelo costume, mas sim instigado pela vontade de transformação. Tanto é assim que, em contraposição ao modo pouco variável de se vestir que manteve-se até metade do século XIV, as eras contemporâneas são personificadas pela grande quantidade e imensa velocidade nas quais as novidades se apresentam e o quão rapidamente se tornam obsoletas fazendo desejosos os consumidores por mais uma grande novidade - há tendências de moda para todos os seguimentos, que são muitos, e estas correm em uma rapidez impressionante se tornando antiquadas em um lapso de tempo cada vez mais curto.

Isto posto, Lipovetsky (1989) arremata afirmando que a inevitabilidade de confirmar o vínculo de um indivíduo a esta ou aquela classe social não estaria ligado ao elemento fomentador da moda, e sim no desejo de se alforriar do passado e das tradições. A procura pelo novo e pelo inédito se fundamentaria mais pela vontade de apreciar o que é vanguardista, nem que seja momentâneo ou que algo ultrapassado esteja sendo revisitado e trazido como o novo moderno do momento, o novo atual, justamente como uma maneira dos sujeitos revelarem sua singularidade, suas predileções subjetivas e seu modo de vida. De forma nenhuma essas escolhas individualistas e subjetivas de moda querem manifestar que essas

peessoas desejem se desprender dos grupos aos quais pertencem, mas sim que esses grupos nos quais eles se reconhecem estão hoje mais relacionados com os interesses e estilos de vida desses indivíduos do que com a sua situação socioeconômica.

Ainda segundo este sociólogo, a sociedade contemporânea vivencia o intitulado por ele “império do efêmero”, marcado pela valorização do supérfluo, do consumismo e do individualismo, onde o que encoraja o consumidor não é mais adornar-se conforme as regras do estrato social ao qual se acha apenas, e sim a vontade de delinear e de manifestar sua individualidade.

Para Throsby (2001 apud ECONOMIA E CULTURA DA MODA NO BRASIL, p. 19) esse acontecimento da busca pelo novo é o motor impulsionador da formação artística-cultural, o que em si faz com que esses resultados culturais se diferencie dos demais pela sua própria essência, sendo estes impulsos materializados pela própria inventividade humana. E, portanto, para o supracitado autor, conclui-se que “criatividade, ideias, impulso da produção cultural são inovações agregadoras de bem-estar, em suma, significam desenvolvimento cultural, humano, econômico e social. Valores que se formam a partir das citadas práticas de cultura”.

Essa busca pelo novo que se expressa no consumismo desenfreado que vivemos hoje é a que impulsiona o mercado da moda, o qual cresce mais e mais no Brasil e no mundo. Em 2010, só para se ter uma noção, a cadeia têxtil e de confecções correspondia a 3,5% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional (BRASIL, MDIC, [201?], e este é somente um dos setores produtivos concernentes à moda, pois ainda há as indústrias de calçados e artefatos, de couro e das gemas e joias e tantas outras. Segundo estudos do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), em 2013, o panorama do consumo de vestuário foi em torno de R\$ 129 bilhões (O NEGÓCIO DO VAREJO, 2013).

Segundo Caroline Nunes (2015) em matéria para o site Jornalismo Econômico Uniritter,

O Brasil possui o quarto maior parque produtivo de confecção do mundo e apresenta dados cada vez mais representativos no cenário da moda. Em 2014, segundo o Texbrasil, Programa de Internacionalização da Indústria da Moda Brasileira, criado pela Abit (Associação Brasileira a Indústria Têxtil e Confecção) em parceria com a Apex-Brasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos), o faturamento da cadeia têxtil e de

confeção somou USD 53,6 bilhões, a produção chegou a 6 bilhões de peças (entre vestuário, cama, mesa e banho), gerou 1,6 milhão de empregos diretos e 8 milhões se adicionarmos os indiretos, dos quais 75% são de mão de obra feminina, além de ser o segundo maior gerador do primeiro emprego.

Vejamos alguns dados interessantes sobre o perfil do setor têxtil no Brasil em 2014 que Caroline nos apresenta na supracitada matéria:

- Segundo maior empregador da indústria de transformação, perdendo apenas para alimentos e bebidas (juntos);
- Número de empresas: 33 mil em todo o país;
- Quinto maior produtor têxtil do mundo;
- Segundo maior produtor e terceiro maior consumidor de denim do mundo;
- Quarto maior produtor de malhas do mundo;
- Representa 16,4% dos empregos e 5,7% do faturamento da Indústria de Transformação;
- Temos mais de 100 escolas e faculdades de moda;
- Indústria que tem quase 200 anos no País;
- Brasil é referência mundial em design de moda praia, jeanswear e homewear, tendo crescido também os segmentos de fitness e lingerie;
- Por ano, visitam o Brasil cerca de 100 jornalistas de moda de todo o mundo.

Portanto, esta é uma indústria que se pensada de forma ampla, considerando também a indústria dos cosméticos, itens de decoração de interiores e de produtos para casa e artigos esportivos e automobilísticos, pode facilmente ultrapassar o faturamento global em mais de 1,2 trilhão de dólares (OTEXA, D&B HOOVERS, ITMF, [2015] apud STATISTIC BRAIN RESEARCH INSTITUTE, 2015). E diante de tamanha importância econômico-financeira torna-se claro que a indústria da moda, precisa aplicar os mecanismos legais existentes de uma maneira mais sofisticada e dinâmica para que atenda da melhor forma as necessidades tão específicas de cada cliente em seu ramo de atividade empresarial.

## 1.2 Direito e Moda

O Fashion Law ou, como é chamado aqui no Brasil, o Direito da Moda “é uma especialidade legal emergente que engloba as questões legais que cercam a vida de uma peça de vestuário, desde a concepção até a proteção da marca” (KANE, [201?]). É uma visão nova e agrupada dos Direitos por nós já conhecidos e estudados nas faculdades de Direito. No

entanto, é um campo que está trazendo uma visão diferenciada aos operadores do Direito, pois na sociedade contemporânea dá-se muito valor a ideias inovadoras e úteis que facilitem, entretêm, encantem, adornem e, muitas vezes, gerem impacto fazendo com que criem desejos em seu público alvo.

Os advogados que atuam no Direito da Moda aconselham seus clientes sobre questões jurídicas as quais enfrentam as indústrias de moda, têxteis, vestuário, luxo, calçados, joias, cosméticos, dentre outras. Tais questões vão desde licenciamento, merchandising, distribuição e acordos de franchising para questões de propriedade intelectual, de emprego e relação de trabalho, sustentabilidade, proteção ao consumidor e muitas outras (SCAFIDI, 2012).

O Direito da Moda está sendo considerado, por muitos, um campo novo de atuação do Direito por trazer conhecimentos e necessidades específicas de uma indústria que gera, de forma ampla e globalizada, trilhões de dólares por ano no mundo e que tenta preservar os direitos autorais de seus artigos. Dentre tantas outras atividades que necessitam de orientação legal e, por esta razão, é que o tema está sendo considerado uma área inovadora do Direito por alguns estudiosos. No entanto, para outros, é apenas o emprego de um agrupamento de normas jurídicas já existentes em um determinado país (SCAFIDI, 2012).

O Fashion Law enfrenta inúmeros problemas além do mais óbvio que é a contrafação, popularmente conhecido como pirataria, relacionados à direitos de proteção a propriedade intelectual (propriedade industrial e direitos autorais). Porém, o Fashion Law tem diversas áreas de atuação (COLMAN, 2012).

O Direito da Moda nos Estados Unidos tem se dado de uma forma bastante englobada. Tanto empresas de pequeno porte quanto as poderosas do mercado da moda se utilizam das ferramentas deste Direito especializado. Estas ferramentas de ajuda aos clientes da moda, dentre tantas áreas do direito, permeiam principalmente entre informações ligadas às suas peças ou coleções, relacionado com direitos autorais, contrafação e concorrência desleal; direitos trabalhistas e tributários, bem como de aquisições ou fusões, licença de marca ou oferta pública, que são temas recorrentes do Direito Empresarial (COLMAN, 2012).

O Direito da Moda é, nos Estados Unidos, uma especialidade que tem evidenciado um rápido crescimento e que requer um conhecimento profundo e minucioso de diversas áreas do

Direito, tendo como exemplo, os já mencionados, Direito Empresarial e Societário, Direito Bancário, Acordos de Licenciamento e Distribuição, Propriedade Intelectual, incluindo Direitos Autorais, Marca Registrada em Propriedade Industrial. Também encontramos matérias de ordem do Direito do Trabalho, bem como o Direito Tributário, entre outros (SCAFIDI, 2012).

Com a globalização da indústria de vestuário, os conglomerados formados pelas gigantes da indústria da moda estão sempre procurando por novas empresas, sejam pequenas ou médias, com boas perspectivas de crescimento em mercados emergentes (SCAFIDI, 2012).

Além da fusão e da aquisição, existem outras formas de colaboração e de captação de recursos financeiros. Tradicionalmente a mais lucrativa e mais comum é a licença de marcas, pois é um importante mecanismo para se aumentar o fluxo de receita e ainda expandir em uma nova linha de produtos e aumentar a penetração de mercado da marca (SCAFIDI, 2012).

Para a advogada Vicki Dallas (2012, p. 84),

Os advogados precisam entender que o negócio do Fashion Law é diferente, já que há constante mudança nos ciclos dos produtos e nos acordos comerciais, portanto adaptar-se e compreender as estratégias de negócio básicas de uma empresa de vestuário é essencial para ser um consultor jurídico eficaz nesta área de atuação.

Dallas complementa dizendo que (2012, p. 84),

Nesses últimos anos, o direito da moda tem se tornado uma especialidade que vem crescendo rapidamente. Mais e mais cursos e programas voltados para Fashion Law estão surgindo nas faculdade de direito norte-americanas e nas escolas de design.

Para finalizar, a autora afirma que mais do que nunca "moda é hoje, uma área de negócio internacional. Pequenas e médias empresas são adquiridas por grandes companhias internacionais de vestuário e estilo de vida" (DALLAS, 2012, p. 84). Portanto, é uma área dinâmica e em franco crescimento na qual os advogados que estiverem melhor preparados garantirão o sucesso das causas de seus clientes.

Isto mostra que por mais que ainda não se tenha sinais expressivos aqui no Brasil deste segmento jurídico, já existem faculdades em colaboração com escritórios de advocacia criando material sobre o tema e oferecendo Programa de Iniciação Científica, como a

Fundação Getúlio Vargas e o escritório Pinheiro Neto Advogados inovando nesta área desde 2012<sup>1</sup>. Recentemente, a Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais (IBMEC, 2014) vem oferecendo alguns cursos nesta área<sup>2</sup>.

Percebe-se, portanto, que este movimento de qualificação de operadores do direitos por meio de cursos especializados neste segmento não é apenas privilégio de instituições educacionais localizadas nos Estados Unidos e na Europa. No Brasil, muitos institutos, principalmente no Rio de Janeiro e em São Paulo, estão promovendo cursos e palestra sobre o tema, inclusive a Ordem dos Advogados do Brasil da Seccional de São Paulo (OAB/SP)<sup>3</sup> e algumas instituições privadas, como por exemplo Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade (ANEFAC)<sup>4</sup> do Rio de Janeiro, dentre inúmeras outras, já ministraram algumas vezes palestras sobre o Fashion Law conforme visto em seus sítios eletrônicos.

Infelizmente, o Fashion Law é pouco conhecido pelos operadores do direito no Brasil. Tratam de uma forma segmentada, ou seja, vêem cada problema do Fashion Law compartimentado dentro de cada área do direito respectivamente. Portanto, os advogados que melhor se instrumentalizarem nesta crescente área e conhecerem a realidade e as necessidades de seus clientes aqui no Brasil estarão na vanguarda de uma atividade rica e arrojada em um direito diferenciado (NUNES, 2015).

Em suma, sempre haverá desafios em qualquer ambiente econômico, porém, apesar desses entraves, as grandes ferramentas do mundo moderno, a internet e as tecnologias digitais, têm feito do planeta terra um lugar aparentemente menor, permitindo assim que a indústria da moda seja uma força dinâmica na economia global. E isto cria enormes

---

<sup>1</sup> Para mais informações acesse <<http://fgvnoticias.fgv.br/pt-br/noticia/direito-gv-e-pinheiro-neto-realizam-parceria-na-area-de-direito-e-moda>>.

<sup>2</sup> Para mais informações acesse <<http://www.ibmec.br/site/detalhe-cursos-extensao-barra/rio-de-janeiro/barra-da-tijuca/Cursos/Curso-de-Curta-Duracao/Fashion-Law>>.

<sup>3</sup> Para mais informações acesse <<http://www.oabsp.org.br/comissoes2010/estudos-direito-literatura-filosofia/eventos/palestra-2013-03-28-Debate%20FASHION%20LAW.jpg/view>> e <[http://www2.oabsp.org.br/asp/cultura/cultura05.asp?pgv=a&id\\_cultural=17735](http://www2.oabsp.org.br/asp/cultura/cultura05.asp?pgv=a&id_cultural=17735)>.

<sup>4</sup> Para mais informações acesse <<http://www.anefac.com.br/Eventos.aspx?id=408>>



oportunidades para a própria indústria da moda, bem como para o profissional do direito que apoia esta indústria.

O advogado deve atuar com precisão e diligência sempre, porém deve estar ainda mais atento quanto se trata do direito da moda, pois é uma área multifacetada na qual convergem várias matérias de direito.

Nas palavras da advogada (SAFIDI, 2012, p. 16):

O Direito da Moda não foi lançado como uma mera oportunidade de marca, mas como um meio de formação de advogados e designers e de promoção de investigação e de serviços jurídicos relacionados com o negócio da moda. Se você transformar o interesse inicial em uma verdadeira experiência, pensando nas reais necessidades de seus clientes e não apenas no seu próprio armário ou na sua carteira, e somado a isso o amor a lei, você estará mentalmente vestida para sucesso.

Moda é, por si só, um dos maiores setores de produção do mundo, para tanto, como foi possível que esta indústria tão ou mais antiga do que tantas outras, que por sinal já têm consolidadas algumas legislações, e com tamanha magnitude tenha sofrido por tantas décadas essa relativa negligência em relação a confecção de sua própria regulamentação?

A própria idealizadora, Susan Scafidi (2012), explica que essa negligência eventual percebida pela indústria da moda cometida tanto pelos legisladores, pelos advogados, bem como pelos acadêmicos de direito pouco tem a ver com a grandiosidade dessa indústria ou com a relevância e influência que a moda vem exercendo nos diferentes estágios vividos pela sociedade, mas tem a ver sim com o preconceito.

Porém, para uma nova geração de advogados, o que é uma inconveniência para uns, tornou-se uma oportunidade para outros. Este é o momento magnífico para desenvolver este campo de atuação com a mente aberta e despida de influências das mais tradicionais de grandes redes e classes dominantes para formar e fomentar uma comunidade jurídica que promova suporte e apoie essa indústria tão criativa.

## 2 PROPRIEDADE INTELECTUAL E A MODA

### 2.1 Síntese da Evolução Histórica do Direito de Propriedade Intelectual

De acordo com Maristela Basso (2000), as primeiras normas com o objetivo de garantir a proteção do direito de autor - e conexos - e de propriedade industrial tiveram seu contorno inicial na Europa, durante a Revolução Industrial, pois percebeu-se a necessidade de que os Estados produzissem regras harmônicas, já que o desenvolvimento industrial se tornou dependente do comércio internacional. Portanto, para se resguardar e, dessa forma, prevenir embates ao comércio internacional, os Estados decidiram uniformizar as leis internas de proteção dos direitos privados.

Com o liberalismo dominando o cenário do final do século XIX, tornou-se inviável a implementação da pacificação desses direitos. Era um momento em que não se compreendia possível efetivar, no direito internacional, uma regulamentação entre as relações de direito privado que fosse substancialmente individuais.

Nesse período o direito internacional era visto como o da coexistência pacífica, que se traduzia na preservação da soberania e das normas proibitivas. Basso (2000, p.65) afirma que:

O fundamento do direito internacional reinante era o consentimento dos Estados, através de adesão a regras, o que somente acontecia se não houvesse limitação ao exercício das competências soberanas dos Estados. A busca da cooperação e integração entre os Estados só vai aparecer mais tarde, no final da Segunda Guerra, quando o direito internacional teve suas bases renovadas.

Dessa forma, nota-se que foi o Direito Internacional que acolheu a incumbência de tutelar os direitos dos autores, criadores e inovadores, que são direitos essencialmente individuais ou de pequenos grupos.

Faz-se importante, para tanto, que vejamos brevemente e que pormenorizamos três períodos marcantes para compreendermos o nascedouro da propriedade intelectual, quais sejam, o Direito Romano, a Idade Média e o Pós Revolução Francesa.

A memória dos direitos de propriedade industrial, em relação às marcas, já era evidente no período da Roma e da Grécia antigas, onde já se percebia a inevitabilidade em diferenciar, em individualizar, em marcar os produtos manufaturados. A diferenciação de tais

produtos (as marcas) eram concebidas através de nomes, letras, símbolos e figuras, nada muito diferente de como fazemos hoje em dia. Naquela época, ainda não se vislumbrava um conteúdo patrimonial para as marcas, essas cuidavam apenas em identificar e individualizar as manufaturas, ou seja, diferenciá-las. No entanto, é nessa ocasião que se desperta o sentimento da indispensabilidade de regras para que se resguarde a obra da utilização imprópria por outrem (CABREIRA, [2015]).

Já na Idade Média, houve um enorme progresso alavancado principalmente pelo comércio e foi a partir desse momento que o direito começou a tutelar as marcas. Rafaela Ferreira Cabrera (2014, p. 4) em seu manuscrito nominado “Fashion Law - O Direito de Propriedade Intelectual Aplicado à Moda” nos ensina que:

Surgiram nessa época os livros de matrículas nas corporações dos mercadores, onde as marcas de fábrica deviam ser registradas. Uma vez inscritas no livro, ficava proibido o uso de sinais parecidos, bem como a alteração de sinais habituais confundindo os já existentes.

O exórdio do avanço do Direito Industrial da forma que hoje nos apresenta foi assinalado pelo ato de diferir, com símbolos, as invenções, as cerimônias, com o propósito de certificar prerrogativas de utilização ao seu titular. Estas são concepções que constituem um intenso desenvolvimento da trajetória do Direito de Propriedade Intelectual na Europa (CABREIRA, [2015]).

Conforme BASSO (2000 apud CABREIRA [2015], p. 4) em seu o livro “O Direito Internacional da Propriedade Intelectual”,

Esse período é considerado a origem dos privilégios por um ato do monarca, como um favor ou liberalidade conferida pelo soberano ao súdito. A patente, nesta época é uma espécie de diploma oficial concedido pelo Príncipe, no qual ele reconhece o privilégio, o monopólio de exploração do invento a uma pessoa, por certo prazo. O privilégio mais antigo de que se tem notícia teria sido concedido em 1236, por uma autoridade municipal de Bordeaux, a certo cidadão que tecia e tingia tecidos de lã para ternos à moda flamenga, francesa e inglesa. O privilégio foi concedido e com exclusividade por quinze anos.

Também foram concedido privilégios em outros lugares. Veneza reivindica o título de ter sido pioneira dos direitos autorais, tendo concedido uma patente importantíssima ligada à história da imprensa. Privilégios eram concedidos também na Inglaterra, em forma de *literal patents*. Em 1623, surge o *Statute of Monopolies*, fundamental na definição do valor jurídico e histórico dos privilégios.

A partir da Revolução Francesa, com a Declaração dos Direitos Individuais, em conjunto com o progresso dos tratos comerciais bem definidos entre os indivíduos inaugurados lá na Idade Média, retratou-se a introdução ao patrimônio pessoal dos inventores individuais e das companhias industriais a tutela dos símbolos distintivos e das prerrogativas (CABREIRA, [2015]).

Com a Revolução Francesa, o direito de propriedade industrial pára de ser determinado por ação despótica do soberano que privilegiava a um eleito seu e passa a se solidificar como um direito subjetivo do criador. Vale relembrar que em 1623, o Estatuto dos Monopólios inglês, havia restringido o poderio do rei, certificando o direito de registro da uma invenção (patente) à quem realmente cooperasse para a incorporação de novos inventos as indústrias (CABREIRA, [2015]).

O Brasil, nesta época, seguia quase que indiscriminadamente os passos europeus e, sendo assim, dois séculos depois, através do Alvará Régio de 1809 assinado pelo Príncipe Regente D. João, assegurou que a propriedade do inventor de novos equipamentos e de criação nas artes fosse dotada de privilégio reservado por um período de quatorze anos (CABREIRA, [2015]).

Sem dúvida foi, neste momento, a aceitação dos direitos individuais, resultado de um conjunto de ideias liberais colocadas em prática, que carregou a Revolução Francesa, que impeliu a adesão de normas relativas à registros e patentes em diversos países do mundo (CABREIRA, [2015]).

Em 1790, nesta ambiente, nasce o Patent Act norte-americano e em 1791 a Lei Francesa, na qual seu 1º artigo destinava-se ao *direito de propriedade* do autor. Surgia, dessa maneira, os fundamentos substanciais de propriedade industrial como a vislumbramos hoje (CABREIRA, [2015]).

Interessante ressaltar que neste período também iniciam-se as primeiras aplicações de penas e sanções às situações de concorrência desleal e de apropriação indevida de marcas registradas. Porém, somente em 1803 e 1857 que a proteção legal de marcas de serviços, comércio e indústria surge nas leis francesas que tratam sobre os registros, as contrafações e as penas nas ocorrências de delitos de usurpação de documentos particulares e outros (CABREIRA, [2015]).

A intitulação “Propriedade Industrial” passou a ser empregada para manifestar os direitos exclusivos de proteção do comércio, do serviço e da indústria, para os direitos de patentes de invenção, de modelos de utilidade, de desenhos ou modelos industriais, das marcas de fábrica ou de comércio, das marcas de serviço, do nome comercial e das indicações de proveniência ou de denominações de origem, bem como a repressão da concorrência desleal e às falsas indicações geográficas<sup>5</sup> (BRASIL, 1996).

Não podemos nos olvidar de um acordo muito importante que afetou as relações comerciais internacionais após a segunda guerra mundial, as quais incidem sobre os Direitos de Propriedade Intelectual. O Acordo sobre Aspectos dos Direitos da Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (TRIPS), que substituiu em 1994 o Acordo Geral sobre Tarifa e Comércio (GATT) após a Rodada do Uruguai de Negociações Comerciais Multilaterais, surgiu com objetivo de encontrar “alternativas para combaterem inúmeras barreiras comerciais que pairavam sobre as nações internacionais naquela época, ameaçando, inclusive, a economia das principais potências mundiais” (SILVA, E., 2014).

A recepção do Acordo TRIPS, do qual o Brasil é signatário, se deu através do Acordo Constitutivo da Organização Mundial do Comércio (OMC), estando o Acordo TRIPS em um dos seus 5 (cinco) anexos (Anexo 1C). A aprovação do Acordo da OMC pelo Congresso Nacional brasileiro se deu por meio do Decreto Lei 30 de 15 de dezembro de 1994 e, logo após, foi promulgado pelo Decreto Presidencial 1.355, de 30 de Dezembro também de 1994. Contudo, sua vigência e aplicabilidade no Brasil só sucedeu em 01 de Janeiro de 2000, isto é, 5 (cinco) anos depois do ato de promulgado (SILVA, E., 2014).

O Acordo TRIPS além de promover a cooperação técnica e financeira entre os signatários, este acordo, para Eduardo Silva (2014), “visava implementar um equilíbrio necessário para os direitos de propriedade intelectual, adotando medidas de proteção para tais direitos, evitando o abuso de direito por parte dos seus Estados-Membros”.

Existem, contudo, duas linhas de raciocínio que pregam que este acordo possui naturezas jurídicas completamente opostas. Uma defende que o Acordo TRIPS é Tratado-Lei - corrente minoritária. Segundo Eduardo Silva (2014) essa corrente acredita que o Acordo tinha o objetivo de proteger apenas “os direitos subjetivos dos particulares titulares de direitos

---

<sup>5</sup> Texto do Art. 2º da Lei de Propriedade Industrial de nº 9.279/96.

de propriedade intelectual”. No entanto, para a corrente majoritária na qual o Brasil se filiou, o Acordo TRIPS tem natureza de um Tratado-Contrato e seria apenas salvaguardado pelos interesses dos Estados-Membros signatários.

Ocorre que, o Acordo TRIPS, os Direitos de Propriedade Intelectual, o mercado e a normalização brasileira, é um tema polêmico que gera várias discussões devido a inúmeras controvérsias (MARTINS, [201?]).

Porém, o que é importante ressaltar é que este acordo visa ao cumprimento de padrões mínimos de tutela dos Direitos de Propriedade Intelectual, as quais deverão ser inseridas nos ordenamentos jurídicos dos países signatários. O objetivo é homogeneizar algumas disposições legais de marcas e patentes com o intuito de que um mesmo objeto possa ter uma só proteção em todo o mundo (BARBOSA, 1994).

## 2.2 Do Direito de Propriedade Industria

Propriedade Industrial é a proteção dos direitos o qual efetua-se mediante a concessão de patentes de invenção e de modelos de utilidades, de registro de desenho industrial e de registro de marca, bem como a repressão às falsas indicações geográficas e à concorrência desleal cedidos e fiscalizados por órgãos competentes. Ou seja, é um conjunto de direitos os quais promovem registros prévios legais, bem como repreendem atitudes criminosas determinadas por sua Lei própria de número 9.279 de 1996 e o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) é o órgão responsável por este registro no Brasil (BRASIL, 1996).

Os Direitos Intelectuais Autoral e Industrial são matérias distintas que embora estejam abarcadas pelos Direitos de Propriedade Intelectual, pois se correlacionam, merecem ter diplomas distintos para que atenda adequadamente as necessidades específicas de cada segmento.

Assim como no Direito de Autor, os Direitos de Propriedade Industrial também são, por definição legal, valorados como “bens móveis”<sup>6</sup> para que deles possam ser usufruídos o reconhecimento e o aproveitamento econômico que se deseja (BRASIL, 1996).

A Lei de Propriedade Industrial (LPI), de nº 9.279 de 14 de maio de 1996, encontra sua fundamentação na atual Constituição Federal no artigo 5º, inciso XXIX e diz que

A lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País (BRASIL, 1988).

A Lei baseou-se na Convenção de Paris de 1883, em seu artigo 1º parágrafo 2º, a definição de Propriedade Industrial que

É o conjunto de direitos que compreende as patentes de invenção, os modelos de utilidade, os desenhos ou modelos industriais, as marcas de fábrica ou de comércio, as marcas de serviço, o nome comercial e as indicações de proveniência ou denominações de origem, bem como a repressão da concorrência desleal (FRANÇA, 1883).

Invenção, apesar de não encontrar seu conceito nem na lei e em na doutrina, trata de “solução nova de um problema técnico específico” (PORTUGAL, Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI). E para que uma criação seja declarada um invento é necessário que o objeto inventado atenda a quatro requisitos previstos em lei, quais sejam: a novidade, a atividade inventiva, a aplicação industrial, esses três constantes do artigo 8º da LPI, e o não impedimento, no artigo 18 da referida lei. Esta solução decorre de faculdades inventivas as quais demandam tal exercício e que é passível de exploração econômica e replicação industrial (SILVEIRA, 2012).

A novidade, de acordo com o artigo 11 da LPI,

[...] é aquilo que não está compreendido no estado da técnica. Noutras palavras, quando o invento constituir algo desconhecido até mesmo da comunidade científica da área de conhecimento, ele não está compreendido no estado da técnica (SERPA, 2013).

A definição de atividade inventiva situa-se no artigo 13 da Lei de Propriedade Industrial, e Serpa (2013) nos ensina que

---

<sup>6</sup> Texto do Art. 3º da Lei de Direitos Autorais de nº 9.610/98 e do Art. 5º da Lei de Propriedade Industrial de nº 9.279/96, respectivamente.

[...] ocorre sempre que para um técnico no assunto não decorra de maneira óbvia ou evidente do estágio atual da técnica”. Ou seja, o inventor deve provar que chegou àquele resultado novo em decorrência de um ato de criação seu, o que diferencia a invenção de uma descoberta. Por exemplo, um descobridor descobre uma jazida de metal precioso, já um inventor cria um mecanismo de aproveitamento desse metal. Uma coisa é descobrir a eletricidade, outra coisa diferente é inventar a lâmpada.

Já a aplicação industrial, segundo o artigo 15 da LPI, para Serpa (2013),

[...] limita como invenção somente aquilo que tem aplicação industrial”, ou seja, quando o projeto puder ser utilizado, produzido em indústria. Quando for útil. A doutrina cita como exemplo interessante o caso de alguém inventar um motor considerado o mais rápido do mundo, mas que só funcionaria com um combustível que não existe na face da terra. Esta hipótese não pode ser considerada invenção já que é impossível ser industrializada, não cumprindo, assim, o requisito de aplicação industrial.

E o último requisito, o do não impedimento, o qual “só pode ser considerado como invenção aquilo que não estiver impedido” pelo artigo 18 da LPI. Como bem elucidado por Serpa (2013),

[...] tal artigo elenca como casos de impedimentos à patente tudo o que for contrário à moral aos bons costumes, à saúde pública; tudo o que for resultado ou resultante de transformação do núcleo atômico e o todo ou parte dos seres vivos, exceto os microorganismos. O inventor pode até atender aos outros requisitos, mas se a invenção se enquadrar em qualquer um dos casos citados acima, não será patenteável.

Para os modelo de utilidade sua definição encontra-se no artigo 9º da LPI que diz ser o “o objeto de uso prático, ou parte deste, suscetível de aplicação industrial, que apresente nova forma ou disposição, envolvendo ato inventivo, que resulte em melhoria funcional no seu uso ou em sua fabricação” (BRASIL, 1996).

Trata-se, portanto, de uma criação mais modesta, um objeto que foi inventado para que ofereça uma utilidade melhor para uma invenção que já existe. Precisa-se demonstrar que o invento trouxe uma “melhoria funcional” para algo que já foi inventado, e portanto, já considera-se uma criação. “A palavra-chave para o caso é melhoria funcional” (SERPA, 2013).

Barbosa (2003, p. 494) elucida que os Modelos de Utilidade são “restringidos, via de regra, a aperfeiçoamentos ou melhoramentos em ferramentas, equipamentos ou peças” e que “tais patentes menores protegem a criatividade do operário, do engenheiro na linha de produção, do pequeno inventor ou do artesão”.



Ou seja, “em tese, é a tutela dos aperfeiçoamentos resultando na maior eficácia ou comodidade num aparato físico qualquer”. O mestre continua e afirma que “como critério básico, as leis nacionais exigem a satisfação de menores requisitos para conceder a patente, e garantem prazos menores, ou condições mais restritas, de proteção” (BARBOSA, 2003, p. 494).

Curioso é que segundo Barbosa (2003, p. 494) “no Brasil, grande parte das patentes de autores nacionais é classificável como modelo de utilidade (MU). A noção de invento abriga claramente os modelos de utilidade”.

A LPI traz em seu artigo 95 a definição de desenho ou modelo industriais e os considera como

A forma plástica ornamental de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando resultado visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial (BRASIL, 1996).

Segundo Flávia Serpa (2013),

A doutrina diz que o desenho industrial é o elemento fútil porque não traz nenhum tipo de melhoria, de utilidade, só se preocupando com a estética, com a configuração externa. Se trazer algum tipo de utilidade, já não é mais desenho, é modelo de utilidade.

Já as marcas disciplinadas no artigo 122 da LPI, são “os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais” (BRASIL, 1996). Portanto, marca é um símbolo de identificação, de um produto, de um serviço, de uma pessoa - tanto física quanto jurídica -, uma que faz com que o receptor da mensagem a reconheça e a distinga das demais.

A marca de produto ou serviço tem sua elucidação no inciso I do artigo 123 da LPI, que diz que é “aquela usada para distinguir produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa”. Ou seja, é o que distingue um produto ou serviço de outro semelhante, porém de proveniência distinta.

Já a marca de certificação é “aquela usada para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas, notadamente quanto à

qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada”, conforme o inciso II, do artigo 123, da referida Lei (BRASIL, 1996).

As marcas do Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO), do International Organization for Standardization mais conhecido como ISO e que em português significa Organização Internacional para Padronização (entidade que busca manter a padronização e a normatização permanente) e da Forest For All Forever conhecida pela sigla FSC que em português se traduz para Florestas Para Todos Para Sempre (a qual promove a proteção ambiental) são exemplo de marcas de certificação.

A marca coletiva é “aquela usada para identificar produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade”, nos termos do inciso III do artigo 123 do mesmo diploma legal (BRASIL, 1996). Um dos exemplo mais comuns de marca coletiva é a marca existente em todos os rótulos das garrafas de vinho das vinícolas que fazem parte da Associação Brasileira dos Amigos do Vinho (SBAV). Esta marca coletiva indica que o produtor daquele vinho “integra uma coletividade, faz parte de uma entidade, visando trazer maior credibilidade ao produto” (SERPA, 2013).

Já o nome comercial segundo nos ensina Robson Zanetti [201?]<sup>7</sup>, serve para indicar o fundo de comércio ou a empresa, propriamente dita, em sua ligação com sua clientela e jamais deve-se confundir com a designação social a qual identifica a pessoa jurídica e não a sua atividade. No caso, a empresa será explorada ante este nome. Contudo, é possível se fazer a cessão do nome comercial acompanhada ou não de seu fundo de comercio/ponto. Dentre tantas determinações a serem observadas, o princípio da especificidade faz com que o nome comercial não usurpe um direito adquirido por terceiros anteriormente.

Segundo De Plácido e Silva (1987, p. 246 apud BARBOSA, 2003, p. 808),

O nome comercial é gênero em que se incluem as seguintes espécies:

- a) firma individual: “constituída sobre o patronímico do empresário que comercia isolado”. Ex.: “A Silva” ou “Alfredo Silva — Atacadista”;
- b) firma ou razão social: constituída pelo patronímico de um, alguns ou todos os sócios, acompanhado ou não do aditamento por extenso ou abreviado — “& Companhia”. Ex.: “Paulo Silva, Jorge Antunes & João Santos” ou “Silva, Antunes & Santos”, ou, ainda, “Paulo Silva & Cia.”;

---

<sup>7</sup> Texto retirado do site Arcos do Artigo “A escolha do nome comercial”. Disponível em: <<http://www.arcos.org.br/artigos/a-escolha-do-nome-comercial/>>. Acesso em: 18 out. 2016.

c) denominação social: sem vinculação necessária ao nome civil dos sócios, sendo formado, no mais das vezes, por um nome de fantasia — Ex.: “Casa Jardim, Artigos Agrícolas Ltda.”. É destinada às sociedades anônimas, podendo também ser usada pelas sociedades por quotas de responsabilidade limitada.

Curioso, nos ensina Barbosa (2003, p. 12), que o nome comercial (ou nome de empresa)

Um elemento inegavelmente integrante da propriedade industrial [...] não foi incluído na Lei 9.279/96. Certamente deveria tê-lo sido, pois subsistem todos os problemas de uma proteção múltipla, de base estadual, à qual se soma a aplicação do art. 8o. da CUP, coisa que o novo código civil de 2002 só fez agravar. Um verdadeiro caos. Apenas as singularidades institucionais (o INPI não cuida de nomes de empresa, as Juntas Comerciais e os Registros Cíveis de Pessoas Jurídicas não cuidam de marcas e, a rigor, nem dos nomes de empresa) e a diferença de prática profissional entre o generalista, que faz os registros de pessoas jurídicas, e do especialista, advogado ou “agente” de propriedade industrial, preveniram a sistematização, outrossim impositiva.

As indicações de providência ou denominações de origem, ou ainda, indicações geográficas não são protegidas, como visto no artigo 124, inciso IX da LPI, como marca a indicação geográfica, pois pode dar causa ao engano (BRASIL, 1996). No entanto, apesar de necessitar observar algumas determinações, existem situações nas quais são possíveis utilizar uma indicação geográfica sabendo que ela poderá servir de indicação compartilhada pelos demais estabelecimentos localizados nesta mesma indicação e que não incite a contrafeita procedência (BARBOSA, 2003).

Por fim, a concorrência desleal é

[...] o conjunto de condutas do empresário que, fraudulenta ou desonestamente, busca afastar a freguesia do concorrente. A concorrência desleal tem característica instrumental, à medida que se caracteriza pelos meios ilícitos adotados pelo empresário para angariar clientes em detrimento dos demais concorrentes. (FAZZIO JUNIOR, 2000, p. 140 apud COSTA, [201?]).

Portanto, a concorrência desleal compreende-se por um apartamento do comportamento moral, a partir da ofensa aos “princípios da honestidade comercial, da lealdade, dos bons costumes e da boa fé, e não está presente no simples alcance dos consumidores, mas sim na maneira como se busca esse fim” (ALMEIDA, 2004, p.125 apud COSTA [201?]).

Por esta razão é que as leis de repressão à concorrência desleal promovem a proteção das atividade empresária no que concerne a sua busca incessante de oportunidades para angariar mais clientes sem, no entanto, permitir que que essa busca chegue a denegrir a marca, a imagem, os produtos e os serviços de seus concorrentes. Porém, grande parte das leis, inclusive a legislação brasileira “[...] deixa em aberto a caracterização de tais ações, outras que as integrantes do tipo penal, proibindo em geral aquelas que falseiem a concorrência, em prejuízo de um determinado competidor” (BARBOSA, 2003, p. 32).

A Propriedade Industrial é um amplo ramo do Direito que não se resume somente as criações decorrentes das produções propriamente industriais e “entende-se na mais ampla acepção e aplica-se não só à indústria e ao comércio propriamente ditos, mas também às indústrias agrícolas e extrativas e a todos os produtos manufaturados ou naturais, por exemplo: vinhos, cereais, tabaco em folha, frutas, animais, minérios, águas minerais, cervejas, flores, farinhas”, de acordo com o Artigo I parágrafo 3º da Convenção de Paris (FRANÇA, 1883). E isto nos leva a depreender que em seu amplo significado as criações do mundo da moda estão abrigadas sob tal diploma.

No entanto, com a rapidez com que as tendências de moda surgem, são copiadas ou “inspiram” alguns estilistas e somem, tais tendências deveriam gozar de regulamentação mais ampla e específica para a proteção de seus criadores nesta indústria tão dinâmica.

Isto posto, em suma, no concernente às criações da indústria *fashion*, elas podem ser protegidas pelos Direitos de Propriedade Industrial, bem como pelos Direitos Autorais, inclusive incidindo simultaneamente, todavia o presente trabalho se dedicará meramente da possibilidade do abrigo outorgado pelo último regramento.

### 2.3 Do Direito Autoral

Na Antiguidade, pouco havia se evoluído nesse campo do direito e, portanto, dessabidas eram as normas jurídicas relacionadas estritamente com o Direito de Autor. No entanto, é a partir desse momento que começam a surgir aos primeiros contornos sobre esse direito, pois ainda encontravam-se em um plano abstrato e assim não possuíam elaboração própria. Desse modo, começaram a ser conferidos aos autores o reconhecimento e o respeito perante suas obras. Esclarece Edmir Netto de Araújo (1999, p. 12) que:

Nas épocas mais distantes era tão difícil, trabalhosa e antieconômica a reprodução, p. ex., de uma obra de arte ou de um manuscrito, que praticamente não se pensava na proteção dos aspectos morais autorais ou mesmo da utilização prática, comercial, desses trabalhos. Ou, ao menos, a solução da necessidade dessa proteção não era considerada premente; as sanções praticamente inexistiam, somente o plágio era objeto de reprovação pública; por outro lado, como recompensa material, os autores e artistas tinham apenas a consagração pública ou os favores e prêmios dos poderosos “mecenas”.

Com o surgimento da imprensa no período moderno, trazida pelo alemão Guttemberg por volta de 1439, deu-se a primeira revolução em relação aos Direitos Autorais, pois com a viabilidade de uma grande reprodução das obras escritas tornava-se possível o desaparecimento da autoria dessas obras em função da perda do controle sobre suas reproduções, decorrente de uma maior simplicidade de sua propagação devido ao novo invento (BITTAR, 2013).

Ainda que a ideia de se proteger a obra intelectual seguisse paralelamente à evolução tecnológica, nesse primeiro momento, quem usufruía da exploração econômica desses trabalhos, na realidade, eram os editores, aos quais foram conferidos “regimes de privilégios” (ARAÚJO, 1999, p. 12) concedidos por monarcas e agraciava-os com controle das publicações e das reproduções.

O cenário começa a imprimir novos horizontes sobre o tema, com a disseminação de novos conhecimentos, quando da Revolução Francesa em 1789, na qual os autores começaram a exigir, além do reconhecimento e do respeito pela produção de sua obra - devido a conscientização da importância da proteção autoral de seu trabalho - a remuneração apropriada para que de sua publicação e reprodução pudessem usufruir. A partir desse período histórico, por meio de decisões judiciais e decretos verificou-se a intenção de se proteger os direitos autorais, paralelo ao direito do editor, mostrando um marcado processo de evolução do pensamento sobre esse direito (ARAÚJO, 1999).

Todavia, a primeira norma legal, que se tem notícia, a assegurar explicitamente os direitos autorais se deu pelas mãos da Rainha Ana, do Reino Unido, a qual fora promulgada no dia 10 de abril de 1710 e foi chamada de Copyright Act. Termo este utilizado até hoje em

obras escritas para evidenciar que determinada obra literária está sob a proteção do Direito de Autor (ARAÚJO, 1999).

Posteriormente, esse avanço no pensamento e nos direitos de proteção de autor, seguiu para outros países, tais como Alemanha e Estados Unidos. Por volta do século XIX é que se começa a perceber a expansão desse direito por todo o mundo, por meio de

[...] intensa atividade legislativa nos domínios do direito de autor, orientando-se no sentido de um favor exclusivo concedido aos autores para a reprodução de suas obras, mediante o cumprimento de formalidades (que hoje tendem a desaparecer) e durante um período determinado, com manifesta tendência no sentido de compreender a vida dos autores e cinquenta anos após sua morte (CHAVES, 1952, p.16-17 apud ARAÚJO, 1999, p. 13).

Conforme os meios de comunicação foram evoluindo, proporcionando, assim, uma maior e mais fácil comunicação entre os Estados, constata-se um desejo das Nações em proteger seus autores além de seus limites territoriais. Esses países buscaram, através de tratados e convenções internacionais, promover a proteção de uma maneira uniforme e recíproca, sempre que possível, das criações de seus autores (ARAÚJO, 1999).

O Brasil sofreu várias influências de algumas doutrinas na sua legislação, dentre elas, a francesa, que quase tornou quimérica sua normatização, pois alimentava a ideia de que os conceitos mais abrangentes não poderiam ser matéria de propriedade (ARAÚJO, 1999).

Ultrapassada essa barreira, a primeira regulamentação sobre o tema no Brasil se deu no Código Penal de 1831, em seu artigo 261, que previa a contrafação como delito e com a sanção da perda dos exemplares e multa (BITTAR, 2013).

Após a apresentação de numerosos projetos com o intuito de regulamentar a lei especial de Direito Autoral, os quais fracassaram, em 1898, nasceu a Lei 496, a primeira que definia e garantia proteção ao direito de autor em obras literárias, científicas ou artísticas no Brasil com influência dos preceitos belgas (BITTAR, 2013).

De lá para cá, o sistema legal Brasileiro sobre Direito de Autor evoluiu bastante. Com exceção da Carta de 1937, todas as outras constituições salvaguardaram o Direito Autoral (BITTAR, 2013).

Nos dias atuais, o Direito Autoral no Brasil é bem formado por determinações constitucionais (art. 5º, incisos XXVII e XXVIII), leis ordinárias (Lei nº 9.610/98 e a que a atualizou de nº 12.853/2013) e por tratados e convenções internacionais, bem como interamericanas, tais como: Berna - modificado pela última vez em Paris em 1979; Genebra - revisada em Paris em 1971; Rio de Janeiro em 1911; Buenos Aires em 1915 e Roma em 1971, entre outras, além do assentimento a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) em 1971 em Paris, dentre outras (BITTAR, 2013).

Assim, o Direito Autoral no Brasil vem sendo aperfeiçoado e atualizado e, portanto, integrado com a regulamentação de vários outros países também signatários dos tratados e convenções nos quais o Brasil é subscritor.

Para Carlos Alberto Bittar (2013, p. 27), Direito Autoral ou Direito de Autor “é o ramo do Direito Privado que regula as relações jurídicas, advindas da criação e da utilização econômica de obras intelectuais estéticas e compreendidas na literatura, nas artes e nas ciências”.

Por outras palavras, é o conjunto de prerrogativas legais as quais conferem, tanto à pessoa física quanto a pessoa jurídica, a criação de uma determinada obra intelectual, bem como a fruição de proveitos morais e patrimoniais oriundos das “expressões do espírito criativo humano” (BITTAR, 2013, p. 2).

Já Silveira (2012) faz uma interpretação mais abrangente do Direito Autoral e afirma que o Direito de Autor tutela todas as criações estéticas que não alcance as obras de natureza técnica, pois estas protegidas estão por lei própria, a saber, a Lei de Propriedade Industrial, sobre a qual se trata a seção anterior.

Para Ascensão, lá em 1997, o Direito de Autor era um ramo do Direito que encontrava-se em expansão, cuja relevância era notadamente crescente. Percebe-se que nos dias atuais, conforme se identifica uma crescente evolução da tecnologia e da internet, a importância desse ramo do Direito tem se tornado crucial para o desenvolvimento intelectual e da economia mundial.

A própria Lei de Direitos Autorais (LDA), trata da definição dos direitos autorais em seu artigo 3º que os trata como “bens móveis”, para os efeitos legais. Uma ficção jurídica

criada com a intenção de garantir ao titular de tal direito o aproveitamento simultâneo de direitos de propriedade e os pessoais os quais veremos mais a frente (FONSECA, 2012).

A referida Lei de nº 9.610 de 1998 regulamenta a prática da exclusividade do direito do criador no uso de sua obra (artigo 28 da LDA), dentro dos limites legais, assim como protege o liame entre o autor e os exploradores de suas criações que podem ser tanto literárias, artísticas ou científicas, como por exemplo livros, esculturas, pinturas e pesquisas científicas, dentre outras, bem como agasalha os direitos conexos em seu artigo 1º.

Em uma rápida diferenciação, os primeiros são aqueles intrínsecos à pessoa do criador e cujo objeto de proteção é a própria obra intelectual, enquanto os segundos destinam-se à proteção em relação à terceiros, normalmente encarregado pela comunicação da obra ao público, como os intérpretes, os produtores fonográficos e as empresas de radiodifusão (artigos 7º e 89, respectivamente), os quais não são objetos do presente trabalho.

Por esse motivo, no que diz respeito a Direitos Autorais a doutrina reconhece que tais direitos possuem caráter híbrido, pois tutelam tanto direitos de personalidade (os direitos morais) quanto os direitos patrimoniais (Direitos Reais), ou seja, a possibilidade de aproveitamento econômico de sua criação.

Para aplicações legais, o Direito de Autor, é dividido em direitos patrimoniais (direito real) e direitos morais (direito pessoal). Os direitos morais estão conectados à própria personalidade do criador, portanto, são de natureza pessoal decorrente do próprio processo criativo peculiar de cada autor e têm por objetivo resguardá-lo. Estes direitos conservam esta ligação íntima que existe entre o criador e sua produção.

Assim leciona Menezes (2007, p.67):

[...] visa essa garantia legal proteger a moralidade da ligação entre criador e obra, possibilitando aos autores, em qualquer tempo, requerer a proteção do direito em favor de seus legítimos interesses de ordem não-patrimonial. O direito moral de autor assume, portanto, esse caráter de proteção da subjetividade do criador intelectual, mediante a conservação e o respeito à sua personalidade criativa, cuja expressão máxima evidencia-se na respectiva obra de arte. São direitos personalíssimos, inerentes à própria condição de autor, o que lhes garante o status de direito fundamental.



Esses direitos estão elencados no artigo 24 da LDA e dividem-se em direito de paternidade (incisos I e II), direito ao ineditismo (inciso III), à integridade (inciso IV), à modificação (inciso V), ao arrependimento (inciso VI) e ao acesso (inciso VII).

Dessa forma, os direitos morais, subdividem-se em: direito à autoria e direito à integridade da obra. O direito à autoria é de cunho reivindicatório, ou seja, reivindica para si a autoria de determinada criação, e atestam a autoria do ato criativo ao autor da obra intelectual em questão. O direito à integridade traz em si a relação de integridade ligada à originalidade da obra.

Os direitos patrimoniais, de cunho pecuniário, resultam da exploração econômica da obra, os quais são entendidos como os direitos de produção e reprodução, os de criação de obras derivadas e os de retransmissão (direitos conexos), pois a lei confere ao autor o direito exclusivo de exploração econômica e cessão da sua obra de forma total ou parcial da maneira que lhe interessar, consoante com o artigo 29 da LDA. Portanto, os direitos patrimoniais do autor nascem conjuntamente com os direitos morais na ocasião da produção intelectual, no entanto, aqueles somente se manifestam quando da sua comunicação ao público (BITTAR, 2013).

Vale ressaltar que tais direitos patrimoniais norteiam-se pelo princípio geral da divisibilidade, de acordo com o artigo 31, ou seja, são direitos autônomos e, portanto, podem ter a sua exploração econômica exercida através da pessoa do autor ou ele pode transacionar com terceiros.

Dessa forma, os direitos conexos que partilham do mesmo estatuto e as mesmas garantias autorais, são divididos em direito de representação e direito de reprodução. O direito de representação se refere a comunicação direta de uma criação intelectual, isto é, um recital público, uma encenação teatral e ao tocar canções publicamente. Já o segundo, trata da comunicação indireta da obra, ou seja, a sua corporificação ou materialização da obra intelectual, como por exemplo: para fotos, o direito de revelação, para música, o direito de gravação, para livros, o direito de impressão e assim por diante, assim como o direito advindo da reprodução por satélite (BITTAR, 2013).

Ao contrário dos direitos patrimoniais - aos quais a lei assegura a cessão e a transmissão à outras pessoas pode se dar por vários meios legais, como por exemplo: a

concessão, a cessação e o licenciamento - e o criador oportuniza direitos de representação e de utilização das suas obras à terceiros mediante autorização, os direitos morais são irrenunciáveis e inalienáveis de acordo com o artigo 27 da LDA, pois ligados aos direitos de personalidade, inibindo, assim, o autor de se escusar da autoria de sua obra. Ainda assim, realça Bittar (2013) a presença de mais outras quatro características dos direitos morais, sendo estes pessoais, perpétuos, imprescritíveis e impenhoráveis.

Os direitos morais, como já compreendido, são Direitos Personalíssimos. Institutos que possuem tal característica destacam-se por serem: irrenunciáveis, indisponíveis (relativamente), oponíveis a terceiros (efeito erga omnis), extrapatrimonial, imprescritíveis e intransmissíveis. Todavia, os direitos morais possuem uma característica ligada ao direito de sucessório. Eles são sujeitos à transmissão mediante a sucessão, previsto no artigo 24 parágrafo 1º da LDA. Evidentemente, excetuam-se as prerrogativas intimamente ligadas a pessoa do autor, tais como o direito de modificar a obra, o de retirá-la de circulação e o de ter acesso a exemplar único e raro, listados, respectivamente, nos incisos V, VI e VII do parágrafo 1º do artigo 24 da referida Lei (BITTAR, 2013).

A transmissão desse direito aos sucessores do autor tem tempo determinado em lei. Ao final da duração do prazo de 70 (setenta) anos do ano subsequente ao falecimento do autor (artigo 41 da LDA), a obra caíra em domínio público (artigo 45, LDA), isto significa que as proteções legais originárias dos direitos autorais da obra transmitida com a morte do autor cessam, contudo, a obra continuará sempre sendo vinculada ao seu autor, mas os possíveis aproveitamentos econômicos não serão mais gozados pelos herdeiros e a obra terá a defesa da sua integrada e autoria transmitida para a competência do Estado (BRASIL, 1998).

A utilização da criação, tanto parcial quanto total, sem a autorização prévia do seu criador implica na responsabilização pelo uso não outorgado, o que viola os preceitos legais da Lei de Direitos Autorais em seu artigo 28, gerando, caso queira o criador da obra, um processo judicial. Neste sentido, quem incorrer em tais violações poderá responder, dependendo do descumprimento, nas três esferas as quais são tuteláveis o Direito de Autor, quais sejam: a administrativa, a civil e a penal (BITTAR, 1993, p.13). De toda sorte, o presente trabalho focar-se-á com mais esmero na esfera civil da proteção.

Em relação a integridade da obra, entende-se que para que uma obra obtenha tutela do Direito de Autor nela deve ter reconhecido o requisito de originalidade. Newton Silveira (2011) destaca que a originalidade de uma produção no Direito de Autor deve ser compreendida de forma a abarcar a sua essência subjetiva, que abriga vínculo com o universo pessoal do criador, e explica ser genuíno aquela ideia que é inédita inclusive para o próprio autor da obra. Por outras palavras, para que uma obra seja considerada original e, por conseguinte, tutelada pelo Direito Autoral é preciso que a concepção nela embutida tenha sido algo inexplorado anteriormente no instante da sua produção pelo criador, ainda que não pareça uma inovação para o restante da sociedade.

Há, porém, autores como Barbosa (2012) que entendem similarmente como requisito o de caráter objetivo de originalidade nas produções protegidas pelo Direito de Autor, desaprovando o posicionamento doutrinário de que o atributo da originalidade esteja circunscrito exclusivamente à impressão particular do autor.

De acordo com Carlos Alberto Bittar (2013), ao longo da evolução história da sociedade muitas teorias foram utilizadas para tentar explicar a natureza jurídica do Direito de Autor. Dependendo do momento do pensamento sobre tal direito, este era conceituado ora como um Direito de Personalidade (moral) ora como Direito de Propriedade (patrimonial), além de várias outras vertentes.

Ainda assim, parte da doutrina ora o define como Direito de Personalidade e outro seguimento o delimita como Direito de Propriedade. Ocorre que, é incontroverso o reconhecimento de que a produção criativa autoral possua esses dois atributos legitimados, inclusive, pelo artigo 22 da LDA uma vez que esta prescreve que o autor conserva “os direitos morais e patrimoniais sobre a obra que criou” (BRASIL, 1998).

Todavia, diante de elementos diferenciados e atributos estruturais particulares, o Direito de Autor vem sendo classificado por parte da doutrina como um Direito Especial, sendo, portanto, de natureza *sui generis*, pois não se delimita apenas em um ou no outro direito possuindo as duas características e, dessa maneira, considerado um Direito Autônomo (BITTAR, 2013; CABRAL, 2003; MENEZES, 2007; FRAGOSO, 2009).

De fato, o Direito Autoral possui essas duas vertentes e por mais que se biparta tais prismas do direito - Direito de Personalidade e Direito Patrimonial -, estes, na realidade, são

inseparáveis. Ao verificar-se a tutela do Direito de Autor, são considerados esses dois Direitos em conjunto, uma vez que não se pode emoldurá-lo neste ou naquele tipo mencionado, já que formam uma nova variante do direito privado. Mostra Bittar (2013, p. 47) que “o direito moral é a base e o limite do direito patrimonial que, por sua vez, é a tradução da expressão econômica do direito moral”.

Para Newton Silveira (2012), a tutela dos Direitos Autorais incide sobre todo trabalho intelectual de cunho estético de forma genérica, excluindo as criações que envolvam um desenvolvimento de natureza técnica, pois estes são somente alvo da Lei de Propriedade Industrial.

É interessante, e se faz necessário, conceituar o que é uma obra intelectual e qual o objeto da proteção desse ramo do direito. Uma obra intelectual é definida como o resultado da expressão do espírito humano e que pode ser materializado de forma física, chamada por Bittar (2013, p. 43) de “esteticidade”, e nos dias atuais cada vez mais na forma digital, e assumem o formato material (corpóreo) de um livro, de uma escultura, de um desenho em uma folha de papel ou virtual, de uma música gravada em arquivo digital, etc.

Assim, a legislação brasileira elucida no artigo 7º da Lei de Direitos Autorais as obras intelectuais protegidas como sendo “as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro” (BRASIL, 1998).

O objeto da proteção do Direito Autoral não é a expressão humana pura propriamente dita, pois seria muito difícil a sua custódia já que se trata de bem imaterial. O objeto de tutela dos Direitos de Autor é a forma materializada dessa expressão, como por exemplo os já mencionados livros, esculturas, pinturas e os arquivos da gravação de música. (BRASIL, 1998).

A partir do Decreto nº 75.699/75, que ratificou a Convenção de Berna de 1886 sobre a tutela dos Direitos Autorais, determinou em seu artigo 2º que o objeto de proteção de tais direitos são “todas as produções do domínio literário, científico e artístico, qualquer que seja o modo ou a forma de expressão” (BRASIL, 1975).

Logo, o Direito de Autor tem como objetivo disciplinar as relações jurídicas entre o autor e sua própria obra, que são os chamados direitos morais (Direitos de Personalidade), bem como entre o autor e a cessão ou a reprodução total ou parcial de sua obra por terceiros, os chamados direitos patrimoniais (aproveitamento econômico), os quais também são oponíveis aos que adentrarem nos contornos semelhantes, como “o Estado, a coletividade como um todo, o explorador econômico, o usuário, o adquirente do exemplar” (BITTAR, 2013, p. 43).

Dessa forma, é importante ressaltar que o Direito de Autor não tutela todas as formas de materialização da expressão do espírito humano. Como já mencionado, o Direito Autoral não protege produtos da vontade humana que sejam “utilitárias” ou “industriais” (BITTAR, 2013, p. 44), pois estes objetos são resguardados pelos Direitos de Propriedade Industrial.

Com efeito, algumas obras intelectuais não são agasalhadas pelo Direito Autoral. Manifestações de cunho religioso, político ou de natureza pública de caráter administrativo, além das criações elencadas no rol do artigo 8º da Lei de Direitos Autorais não encontram proteção pelo Direito de Autor por atenderem à interesses coletivos (BRASIL, 1998).

Portanto, segundo a legislação vigente não podem ser alvo da tutela Autoral (BRASIL, 1998):

- I - as idéias, procedimentos normativos, sistemas, métodos, projetos ou conceitos matemáticos como tais;
- II - os esquemas, planos ou regras para realizar atos mentais, jogos ou negócios;
- III - os formulários em branco para serem preenchidos por qualquer tipo de informação, científica ou não, e suas instruções;
- IV - os textos de tratados ou convenções, leis, decretos, regulamentos, decisões judiciais e demais atos oficiais;
- V - as informações de uso comum tais como calendários, agendas, cadastros ou legendas;
- VI - os nomes e títulos isolados;
- VII - o aproveitamento industrial ou comercial das idéias contidas nas obras.

Assim, oportuno se faz ressaltar que registrar a obra não é condição imprescindível para que sobre ela recaia a tutela dos Direitos Autorais, pois é ato voluntário do autor e está expresso nos artigos 18 e 19 da LDA. Nesta orientação leciona Silveira (2011, p. 13) esclarecendo que o “fundamento do direito sobre tais obras se explica pela própria origem da obra: o indivíduo. A obra lhe pertence originalmente pelo próprio processo de criação”.

No entanto, vale destacar que muitos doutrinadores recomendam o seu registro para conferir ao criador maior segurança, pois o registro da obra pode fazer as vezes de prova de anterioridade em uma eventual disputa judicial (ASCENSÃO, 1997).

Isto é, por obra estar intimamente ligada ao próprio criador, garantido, inclusive, pelo Direito de Personalidade, não carece de registro, pois na esfera autoral é rito tão somente declaratório e não constitutivo de direito, como já visto.

Em suma, o que se pretende resguardar no Direito Autoral é a materialização, o bem corpóreo decorrente da expressão do espírito humano nas diversas áreas de manifestação da vocação humana. Nas palavras de Menezes (2007, p. 39):

Com efeito, pode-se concluir que o Direito de Autor possui, como principal objeto, a proteção à obra pessoal, criativa, exteriorizada e de natureza imaterial, cuja essência é de caráter artístico e/ou literário.

Isto posto, conclui-se que deveria ser conferido também às criações de moda a proteção dos Direitos de Autor já que essas peças derivam da produção do “espírito humano” e por isso não deveriam necessitar de registro sendo a assinatura do estilista, ou seja, seu desenho, seu estilo, seu estudo e suas influências sobre cada peça prova inequívoca de sua autoria.

Realizadas tais reflexões de forma mais abrangente a respeito do Direito Autoral, no capítulo posterior referir-se-á sobre os assuntos pertinentes à aplicação dos Direitos de Propriedade Intelectual praticado ao âmbito da moda, averiguando a viabilidade da proteção das criações de moda tanto pelo Direito de Autor quanto pelo Direito Industrial, caracterizando, assim, a dupla incidência e sua repercussão jurídica.

### 3 O EMPREGO DOS PRECEITOS DE DIREITO AUTORAL ÀS CRIAÇÕES DE MODA

#### 3.1 Das Criações de Moda como Obras Autorais Protegidas

Há de ser ter o cuidado no momento de avaliar se uma criação de moda é ou não protegida pelo Direito de Autor. Não basta somente identificar a esteticidade para caracterizá-la como obra produzida pelo intelecto, ela deve sujeitar-se a, pelo menos, mais duas outras exigências indispensáveis, que serão abordadas a seguir.

É importante ressaltar que o rol de proteção do artigo 2º da LPI não é taxativo, pois não abarca, claramente, todos os objetos que podem ser protegidos por este diploma legal, podendo buscar previsão em outras leis nacionais (BITTAR, 2013).

Primeiramente, como já mencionado, a legislação brasileira determina em seu artigo 7º, *caput*, que as obras intelectuais são criações do espírito (BRASIL, 1998). Silveira (2011) nos ensina que essa acepção será melhor entendida no sentido de que tais criações são instrumento do Direito de Autor porque são criações da reflexão do ser humano e que apresentam natureza estética, desta forma, opondo-se às invenções de natureza técnica.

Portanto, não existe dúvida de que as criações de moda são consequência de um pensamento humano - logo, intelectual - e tais obras são capazes de externar e provocar um sentimento estético. Neste diapasão, Moura (2008, p. 38) brilhantemente nos ensina que “tanto a arte quanto o design e a moda existem em razão da atividade humana; da interferência do conhecimento humano sobre a matéria que, somada ao universo do sensível e da estética, dá forma ao objeto”.

O que traz a tona toda uma discussão sobre esta indústria, especificamente, é a circunstância de que os artigos do mundo da moda não apresentarem unicamente a natureza apenas artística ou estética, além disso, são conceituados como produtos utilitários, vedando, para alguns, sua tutela pelo Direito Autoral. Curioso é que, de forma mais generalizada, os acessórios têm uma aceitação maior em relação a sua proteção por este último diploma, pois são tidos como itens exclusivamente decorativos, porém sabemos que existem os artigos que denotam um caráter funcional, feito os sapatos e as bolsas. No entanto, os artigos que

suscitam discussões mais controvertidas são mesmo as vestimentas, já que estas tem também como objetivo a inevitabilidade sumária do homem, qual seja, a de se cobrir e se proteger (EGUCHI, [201?]).

Segundo Silveira (2012), direitos de propriedade industrial estão ligados a criações de inventos de cunho técnico e que por mais que os desenvolvimentos técnicos sejam somente tuteláveis pela Lei de Propriedade Industrial de nº 9.279 de 1996 (LPI), em determinados casos, como por exemplo nos desenhos e nos modelos, “é difícil delimitar a obra de arte e a produção industrial” convergindo seu entendimento ao de Agustín Ramella (RAMELLA, 1913, p. 3 apud SILVEIRA, 2012, p. 63).

A ideia de Ramella harmoniza-se com a de Silveira quando os dois autores afirmam que a Propriedade Industrial pode ser compreendida como sendo “esta não mais que uma forma de direito de autor”. Isso porque a Propriedade Industrial, para ambos, “constitui uma das categorias de produtos intelectuais do trabalho, “ao lado da propriedade literária assegurada às obras engenho”, constituindo, assim, “duas formas de propriedade denominadas, também, direito de autor, que é o conjunto dos direitos garantidos pelas leis modernas aos autores de produções literárias, artísticas e industriais, etc” (RAMELLA, 1913, p. 2 apud SILVEIRA, 2012, p. 63 e 64).

Sendo assim, certo produto possuir características funcionais não afasta que ele exprima concomitantemente sua natureza artística. A estética e a funcionalidade de uma peça de roupa, por exemplo, na contemporaneidade, não são requisitos contraditórios e, por isso, o fato de estarem concomitantemente presentes na mesma peça ou produto não retira a custódia do Direito de Autor. Porém, o apartamento entre os dois diplomas ocorre quando a criação é rigorosamente e puramente funcional, não contendo nenhuma evidência artística (SILVEIRA, 1982).

Assim, sobre essa questão, somente após a chegada da modernidade é que despertou-se para a imposição da separação do que é arte do que é tecnológico em universos distintos, apartação essa que suscitou uma orientação errônea e simplificada de que os “objetos utilitários não despertam sensações estéticas e a obra de arte não tem utilidade” (MOURA, 2008, p. 45-46). Todavia, na contemporaneidade, a função de um objeto vai muito mais



adiante, ou seja, suplanta sua utilização, relacionando-se mais aproximadamente à experiência e à satisfação, segundo Moura.

Vejamos a lição da autora (MOURA, 2008, p. 40):

Os objetos criados no âmbito da moda, da arte ou do design, no entanto, sobrevivem em razão de dois caminhos. Um é o da inovação, significação e expressão que vai além de um estilo, de um tempo determinado e das relações mercadológicas. O outro caminho se dá em razão de um circuito industrial e comercial, entendendo aqui a relação comercial também como uma relação de serviços que atendem à demanda desenfreada típica do capitalismo e do consumismo.

Isto posto, confirma-se que essa dupla incidência dos diplomas de propriedade intelectual se aplicam evidentemente aos artigos do mundo da moda. Como visto no capítulo 1, as roupas, na sociedade, desempenham mais de uma função. Além de simplesmente dar proteção ao corpo humano ou de guardar objetos, as roupas, sapatos e bolsas, etc, servem para embelezar-se e estilizar-se, bem como enviar mensagens, ou seja, se comunicar com a sociedade exibindo tais artigos invocadores do que é belo ao olhos subjetivos de seu possuidor e de seu criador.

Dessa maneira, de acordo com Bittar (2003), alguns objetos podem ser compreendidos como arte aplicada porque harmonizam as características utilitárias com as conotações estéticas, sendo explorada tanto para propósitos industriais quanto para os comerciais. Em vista disso, é que podemos considerar que os artigos de indústria da moda podem ser tutelados por ambos os direitos.

Contudo, para Silveira (1982), isso não quer dizer que, as criações de moda sempre serão amparadas pelo Direito Autoral. Pois, além de evidenciar o axioma estético, é necessário que este possa ser desmembrado de seu caráter utilitário, e isto significa que, não incide as normas de Direito Autoral se o formato com o qual o próprio artigo exterioriza-se se confundir com sua própria utilidade. Neste sentido, é imprescindível que na criação possa ser destacado um valor significativo e que nele haja efetivamente ou autonomamente sua função utilitária, ou seja, seu valor estético precisa ser visível ainda que examinado de forma isolada do objeto em si que está lhe servindo de base.

Outro elemento fundamental para que se confira às criações a proteção intelectual é a teoria da dissociabilidade, adotada pelo Brasil, em que sua expressão da criação pode ser feita

por qualquer meio ou pode ser fixada em algum suporte, como preconiza o *caput* do artigo 7º da LDA (BRASIL, 1998). No entanto, Silveira (1982) discorre que, essa teoria contrapõe-se à teoria da unidade da arte, que defende que o Direito de Autor deve tutelar as criações independentemente de seu valor artístico poder ou não poder ser desmembrado do aspecto industrial da peça a qual estiverem ligadas.

Vale ressaltar que, o meio que um estilista tem para apresentar suas criações de moda é através do chamado *croqui*, isto é, o desenho que estes artistas fazem para externalizar a criação do espírito (MAIA, 2009).

Com isso, chegamos ao último requisito necessário para a proteção dos Direitos de Autor que é a originalidade. Quando se trata de obra intelectual tutelada, além de demonstrar seu aspecto estético e ornamental, é preciso que eles sejam originais. Isso nos leva a dizer que em relação as criações de moda, o Direito Autoral não salvaguardará uma certa obra somente porque ela é uma demonstração do belo e sim porque ela é uma apresentação inédita dessa beleza criativa.

Isto nos leva a constatar que, na indústria da moda, deparar-se com produtos que suportam em si o cunho da originalidade é muito difícil, pois na maior parte das ocasiões, o formato essencial da obra tornou-se de domínio público, como por exemplo a camiseta ou uma saia longa. É interessante notar que para Jones (2005, p. 74) “de tempos em tempos, porém surgem inovações no uso de materiais ou no corte ou arranjos na silhueta genuinamente novos que representam uma criação digna de ser protegida por direitos autorais ou patentes”.

Goyanes (2007, p. 295-296), ao cuidar da proteção autoral sobre as joias, condensa a percepção da originalidade destinada a este nicho exclusivo dizendo que:

O desenho deve ser a externalização da personalidade do seu criador. Não pode ter sido concebido mediante exercício de cópia de outro preexistente. Deve, da mesma forma, ser original. Isto não quer dizer que não possa ter sido inspirado em outros desenhos conhecidos, que compõem o chamado ‘acervo cultural da humanidade’. Inconscientemente, os elementos presentes na sociedade servem como guias para as pessoas desenvolverem adornos, o que é normal e válido, desde que não constitua cópia. A originalidade em questão é tratada de forma relativa, bastando que o desenho ao qual se busca tutela jurídica tenha aspectos criativos que individualizem a obra.

No entanto, existe quem defenda que o requisito da originalidade impõe cogitar não tão somente os traços individuais do artista, nada obstante, para alguns, devem ser considerados os fatos objetivos dessa inventividade. Entende, dessa maneira, Ramos (2010) e nomeia de “contributo mínimo” a menor intensidade inventiva que um certo produto há de externalizar para que possa recepcionar a tutela jurídica do Direito Autoral.

### 3.2 Da Proteção Autoral Outorgada às Criações de Moda e seus Efeitos

Parte-se, neste momento, para o desenvolvimento sobre o cabimento dos efeitos outorgados pelos Direitos de Autor aos artigos de moda, pois, como vimos, algumas criações do mundo da moda gozam da viabilidade de tal tutela jurídica e este estudo será feito com fulcro na aplicação em si do Direito de Autor.

Como bem confirmou em decisão proferida pela Justiça Paulistana da 24ª Vara Cível de São Paulo no texto do Processo nº 583.00.2010.187707-5 pelo Juiz de Direito João Omar Marçura (2011 apud BARREIRA, 2014),

Sabe-se que o direito de autor tem por finalidade incrementar a cultura e o conhecimento, assegurando ao titular de uma obra a exclusividade de seu aproveitamento, garantindo-lhe retorno por sua criação, como forma de estímulo para novas criações, produzindo mais cultura e conhecimento.

A finalidade primordial do Direito de Autor, e de modo geral da Propriedade Intelectual em si, é alavancar a prosperidade de maneira perene das ciências e das artes, através do incentivo à renovação. A sociedade contemporânea crê que o progresso contínuo dessas searas simboliza o próprio aperfeiçoamento da humanidade (TRINDADE, 2009).

De acordo com Barbosa, (C., 2009) funciona assim: a porção moral referente aos Direitos de Autor concede ao próprio criador a merecida glorificação por sua contribuição à humanidade, porquanto sua porção patrimonial lhe confere proveitos econômico-financeiros em virtude da alienação dos direitos sob sua criação. Essa segurança jurídica estimula este criador a seguir produzindo e apresentando suas criações e esse espírito criativo se perpetua

na sociedade despertando e motivando outros indivíduos a se aventurarem na criação. E, dessa forma, toda a humanidade aproveita do progresso econômico-sociocultural.

No que concerne à indústria da moda, é importante examinarmos se os efeitos da proteção de seus artigos realmente retratam tanto os aproveitamentos patrimonial e moral para seu criador quanto o avanço industrial, mercadológico que clamam possuir.

Eguchi (2011) leciona que por mais que o Direito Autoral não se limite unicamente à coibição da falsificação, é interessante realçar que, sobretudo na indústria *fashion*, esta é a singularidade mais significativa, mormente nos dias atuais. A contrafação no mundo da moda é um fato antigo e habitual, porém mais recentemente é que houve um crescimento, e uma maior visibilidade sobre este tema, especialmente após o surgimento das grandes redes de *fast-fashion*<sup>8</sup>, que copiam ou se “inspiram” nos produtos estreados pelos prestigiados estilistas em suas passarelas.

Deste modo, Eguchi (2011) preconiza que o propósito do Direito de Autor é o de promover a inventividade e a criação, e a coibição às reproduções não autorizadas é uma saída basilar para a êxito de sua finalidade. Ademais, as cópias ofendem os direitos morais autorais, e vão além, usurpando os direitos patrimoniais, ou seja, roubando os frutos financeiro-econômico do aproveitamento da suas obras, o que acaba freando o desenvolvimento e a inovação, que por sinal demanda capital, ou seja investimentos, de estudos, de pesquisas, de trabalho e muito, muito tempo.

Apesar dessa ser a visão predominante entre os doutrinadores, existem teóricos que buscam corroborar que a tutela jurídica reconhecida pela Propriedade Intelectual e a repressão às reproduções não autorizadas são instrumentos dispensáveis à vivificar a inovação, inclusive afirmam que esse ordenamento jurídico praticado em relação ao universo da moda prejudicaria sua prosperidade.

Para alguns estudiosos Norte-Americanos, os artigos da indústria *fashion* não são tuteláveis pelo copyright - ordenação que pode se dizer corresponder ao Direito Autoral brasileiro, sendo a prática da imitação muito propagado e adotado como algo próprio desse comércio. Raustiala e Sprigman (2012) são dois exemplos dessa corrente de pensamento e,

---

<sup>8</sup> *Fast-Fashion* se traduz em um modelo de negócios no qual grandes magazines manejam produção em larga escala de artigos de moda que são ou serão tendência (BRESSER, 2010).

inclusive, destacam que os produtos do mercado da moda têm, mesmo sofrendo frequentemente com as cópia, se amplificado de maneira veloz.

Para desenvolver tal pensamento, eles trouxeram à superfície a teoria que alcunharam de “paradoxo da pirataria”, a qual o enfoque medular trata sobre a moda e o seu poder de conferir status social aos indivíduos. A teoria diz que as classes sociais mais altas procuram se distinguir das pessoas das demais classes sociais, e dentre tantas maneiras de fazê-lo, a maneira de se vestir é uma delas, no entanto, as outras classes sociais cobiçam copiar as classes mais abastadas. Dessa forma, um produto recém lançado rapidamente pode vir a se tornar uma peça desejo revestindo o consumidor de status, todavia, ao passo que vão aflorando as cópias e que as pessoas de classe inferiores conseguem adquiri-las, essas duas classes, antes antagônicas, tornam-se mais próximas e aparentemente se assemelham, trazendo mais uma vez a demanda pela distinção entre elas, impondo ao estilista a criação de artigos inéditos de moda (RAUSTIALA e SPRIGMAN, 2012).

O que eles pretendem demonstrar por meio dessa teoria é que a imitação torna o processo de surgimento de tendências de produtos de moda mais célere, isto é, a cópia acaba por ser um vetor impulsionador para que a indústria *fashion* esteja sempre se desenvolvendo com mais rapidez, ao contrário do que majoritariamente se prega, em relação aos itens desautorizados, em inibir a sua produção de forma geral.

Em oposição a esta tese, existe outros estudiosos que pensam de forma diferente. Um deles é Eguchi (2011) que argumenta que tal raciocínio até poderia ser admissível a um decênio atrás, porém mostra-se infactível neste momento tecnológico contemporâneo no qual vivemos. Até muito pouco tempo atrás, nos recorda a autora, que os designers de moda possuíam um trunfo em relação aos imitadores de seus artigos, pois as cópias tinham suas produções iniciadas somente após o produto novo estava ao alcance do mercado consumidor, o que protegia ao estilista um intervalo de tempo em que podia efetivamente lucrar em decorrência do proveito econômico de sua peça.

Contudo, com o advento da rede mundial de computadores - a internet, e com todo o avanço tecnológico que vivemos hoje, as imitações aparecem nos mercados consumidores de forma muito mais rápida e fácil - o fraudador, muitas vezes, maneja para se apropriar da criação inédita, a reproduz e oferece ao cliente, até mesmo, antecipadamente ao produto

original ter chegado às araras das lojas. Brilhantemente, Eguchi demonstra que essa vantagem do lapso temporal que o estilista detinha antigamente lhe foi retirada através do desenvolvimento tecnológico da humanidade e isso acaba por promover um desestímulo para que o design de moda permaneça investindo tempo e dinheiro à procura de inovações e aperfeiçoamentos.

Assim, nos recorda Diliberto (2007 apud EGUCHI, 2011) que o êxito de um estilista de moda é o poder que seus traços têm de se destacarem em suas peças ou em suas coleções, não obstante todo esse poder se esvai quando a cópia, por mais malfeita que ela se mostre ser, chegue antes ao mercado consumidor. Além do mais, a imitação acaba por aviltar, o produto copiado, e vai além, pois deprecia o nome do próprio criador e/ou a marca a qual tenha seu nome atrelado.

Em uma entrevista publicada no blog da internet chamado *On The Runway* associado ao The New York Times, um dos designers instituidores da marca Proenza Schouler, Lazaro Hernandez disse que a grife chega a gastar mais de 3 (três) milhões de dólares para desenvolver e produzir suas coleções e que lançam 4 (quatro) coleções por ano. Ele alega que sua capacidade de auferir lucro com um investimentos tão pesados fica prejudicada, pois seus projetos, muitas vezes, são usurpados e oferecido em outros estabelecimentos antes que eles tenham finalizado a fabricação dessas peças. Ele diz entender que a maior parte das peças inventadas não serão custodiadas, porém em situações nas quais ele e outros estilistas surgem com algo realmente único e especial, deveriam poder se beneficiar dos proveitos econômicos dessas criações. Ele argumenta que são seus itens exclusivos que fazem com que seus clientes reconheçam a identidade visual da marca Proenza Schouler. Ele finaliza afirmando que ter sua criatividade roubada dissolve o valor do que eles têm trabalhado duro para construir (WILSON, 2011).

No processo ocorrido no Brasil de número 583.00.2010.187707-5 (SÃO PAULO, 2011 apud BARREIRA, 2014) anteriormente citado, houve uma disputa judicial entre as empresas *Village 284 Participações e Comércio de Vestuário Ltda*, que é Paulistana, e a grife Hermès, tanto a internacional quanto a *Sellier*, em 2011. O juízo proferiu em sentença que a violação dos direitos de autor por meio da cópia não autorizada dos modelos das bolsas Birkin e Kelly, pela empresa *Village 284* fere o renome das rés/reconvintes, fazendo com que a

imagem dos produtos e da própria marca Hermès se dilua. Assim, percebe-se, nitidamente, a relevância que a proteção judicial tem para as criações originais dos designers, porque mostra-se uma excelente forma de combater a imitação para resguardar os estilistas dos aproveitadores parasitários.

É notório, infelizmente, que essa prática da imitação inibe o aparecimento e a consolidação de novos designers no comércio porque estes não possuem força mercadológica para enfrentar fraudadores, que muitas vezes, detém maquinário para produzir em grande proporção, lesando o quantitativo das vendas do estilista original.

No entanto, é importante ressaltar que os produtos da indústria *fashion* são compostos por formatos básicos, e que a tutela incide somente sobre as criações inéditas, que são também utilizadas como eixo inicial para a elaboração de outros artigos. Isso quer dizer que o efeito dessa proteção não é forçosamente um monopólio prejudicial, nem ao progresso da indústria, nem a presença da concorrência, já que todos os itens de moda não serão enquadrados como obras originais (EGUCHI, 2011).

Com efeito, relembremos que há uma solução fácil e viável para este problema factual da cópia no universo da moda e ele encontra-se nas normas de Direito de Autor e sua aplicação nesta seara garante que as regras sejam respeitadas, que vários lados saiam lucrando, pois o estilista cria e explora economicamente sua obra e o terceiro licenciado produz e distribui também explora economicamente autorizado pelo contrato de licença e, por último, o produto tem uma grande penetração no mercado consumidor, e este instrumento é o licenciamento.

## CONCLUSÃO

Com fundamento no que foi exposto e analisado, constata-se que a moda é um fato intrínseco à sociedade já a algum tempo e que, em face disto, merece obter um olhar dedicado do Direito, bem como pelo Direito de Autor e pela Propriedade Industrial.

Ainda que exista uma carência de acórdãos e de doutrinas sobre este tema, já é possível encontrar algumas decisões importantes, como por exemplo o citado processo *Village* 284 vs. Hermès, entre poucos outros.

Com base no que foi apresentado, demonstrou-se que a proteção das criações do mundo *fashion* é legítima pelo ordenamento brasileiro vigente através dos Direitos de Autor, bem como pelos Direitos de Propriedade Industrial, no entanto, é fundamental que haja mais debates a respeito do emprego dos elementos protetores das criações intelectuais às singularidades da indústria da moda.

Um dos assuntos no qual ainda não há consenso é sobre os produtos do mundo da moda ainda não serem reconhecidos como obras intelectuais merecedoras de proteção. Acredito que, apesar desses artigos serem enquadrados como objetos utilitários (Propriedade Industrial), requerem tutela jurídica também pelo Direito Autoral, uma vez que podem ostentar - e de forma geral exibem - um aspecto estético, principalmente porque na atualidade a moda não possui somente a missão de cobrir e proteger o ser humano ou de distinguir a classe social a qual cada pessoa pertence, ela vai além e desempenha o papel de auxiliar os indivíduos a se expressarem de maneira única.

Contudo, admite-se que existe a complexidade de se verificar, na realidade, a marca deixada pelo aspecto ornamental, muitas vezes, sendo similarmente difícil aferir se tal elemento estético da criação exibe um fragmento de criatividade que possa legitimar a tutela autoral. A dificuldade deste exame esbarra especialmente no caso de ser imprescindível estipular parâmetros objetivos de caracterização da criatividade, fundado na acareação do artigo que se visa socorrer e aquele já existente.

Isto posto, e levando em consideração que não se pretende aqui defender a tutela absoluta de toda e qualquer criação de moda, este estudo propôs apresentar somente que a



proteção dos artigos de moda é razoável e que pode oferecer vantagens para o designer criador, para o comércio e para o comprador.

Esses efeitos também foram discutidos no presente trabalho apoiado sobre a matéria do Direito Autoral e Industrial, que é o de favorecer o progresso científico e artístico. O mundo da moda carece de novidade, visto que é a perquirição contínua por inovação que estimula o mercado. O Direito Autoral, no que lhe concerne, tem por objetivo desenvolver o aparecimento de obras intelectuais inéditas e é, por isso, fundamental à indústria da moda para que ela mantenha-se em expansão.

Isso se dá porque durante o período de elaboração dos artigos de moda, faz-se investimentos vultuosos que precisam ser reavistos e isso é feito através dos proveitos econômicos advindos da exploração da obra pelo seu idealizador, sendo, portanto, o Direito Autoral também um dos instrumentos que deveriam ser usados para propiciar a retomada de tais aportes financeiros e que, por conseguinte, estimularia a elaboração de obras novas.

Esse estímulo à inovação, por seu turno, oportuniza constatar que, mais que, esculdar os estilistas, a utilização das normas do Direito de Autor combinada com as regras de Propriedade Industrial, que já concede proteção aos desenhos industriais, oferecem a indústria da moda benefícios inclusive para os próprios concorrentes. Ocupa-se, na realidade, de um assunto problemático, o qual requer pesquisa mais detalhada acerca da repercussão da dupla incidência de direitos, ou seja, tanto autorais quanto industriais, para este mercado. Partindo de uma certa leitura, pode-se pensar que a citada proteção poderia levar a interpretação de que fomentaria o desenvolvimento de privilégios empresariais e que isso poderia acarretar prejuízos à sociedade.

Todavia, considero que esses privilégios empresariais, por conferirem o domínio somente em relação a uma composição ímpar a um produto de moda e, contanto que essa composição seja original, não se apresenta como algo, obrigatoriamente, prejudicial à sociedade. Na realidade, esse monopólio seria capaz de incentivar a concorrência a criar e apresentar artigos exclusivos, proporcionando ganhos tanto para o comércio quanto para o consumidor, que valoriza as tendências, as novidades.

Finamente, entende-se que não resta dúvidas, pois este contexto nos mostra que, muitos dos artigos de moda merecem a dupla incidência de direitos, portanto, a proteção de

amplos os diplomas, ou seja, os direitos provenientes dos Direitos Autorais, bem como os Direitos de Propriedade Industrial, sendo assim acolhido pelos dois diplomas dos Direitos de Propriedade Intelectual. É curioso notar que dependendo do objeto que estiver sendo avaliado, este poderá ser protegido por ambos os diplomas, sendo conferido a ele a dupla incidência de direitos, tanto autorais quanto industriais, pois, como visto, há criações nas quais podem incidir tanto a proteção dos Direitos de Autor quanto pelo de Propriedade Industrial (desenho industrial), por assim exprimirem, simultaneamente, requisitos técnicos, bem como os estéticos. A partir desta constatação é que conheço que às criações de moda são cabíveis a conciliação destes dois diplomas para sua proteção.

Conclui-se, primordialmente, que este tema carece de mais discussão, para se examinar mais profundamente a repercussão objetiva e factual dos efeitos dessa proteção na sociedade contemporânea.

Esse assunto, inclusive os demais debatidos no presente estudo, não pretendem exaurir a complexidade do emprego das normas do Direito Autoral e da Propriedade Intelectual em relação aos artigos de moda, até mesmo porque esses assuntos debatidos aqui podem levar a outros tópicos sobre os quais ainda não se imaginou que pudessem sentir algum impacto.

Apesar disso, almeja-se que este tema aqui exposto auxilie de alguma maneira para aguçar a curiosidade sobre o Fashion Law e que também encorpe os debates para nutrir soluções aplicáveis a este tema. É evidente, que o Direito da Moda está em franca ascensão, no Brasil e no mundo e progressivamente haverá uma demanda cada vez maior por especialistas nesta área.

## REFERÊNCIAS

ADLER, David. *Fashion Design & The Law: A Rulebook for Independent Designers & The Marketers Behind Them*, 30 jul. 2012. Disponível em: <<http://fashionscollective.com/FashionAndLuxury/07/fashion-design-the-law-a-rulebook-for-independent-designers-the-marketers-behind-them/>>. Acesso em 10 out. 2014.

ALVES, Carla Segala. *Direito Digital: A cópia é benéfica à indústria da moda?*, 2015. Disponível em: <<http://jota.uol.com.br/direito-digital-conheca-o-direito-da-moda-ramo-profissional-em-ascensao>>. Acesso em: 17 abr. 2016.

ARAÚJO, Edmir Netto de. *Proteção Judicial do Direito de Autor*. São Paulo: LTr, 1999.

ASCENSÃO, José de Oliveira. *Direito autoral*. 2a ed. Rio de Janeiro: Renovar, 1997.

AZEVEDO, Rodrigo. Breve Análise Crítica Da Teoria Da Pessoa Jurídica Como Autora No Sistema Jurídico Brasileiro. In: ADOLFO, Luiz Gonzaga Silva; WACHOWICZ, Marcos (coords.). *Direito de propriedade intelectual – estudos em homenagem ao Pe. Bruno Jorge Hammes*. Curitiba: Juruá, 2006, p. 361- 377.

BARREIRA, Rebeca Ellen Candido. *O Direito Autoral e a Proteção das Criações de Moda: um estudo do caso Village 284 vs. Hermès*, 2014. 50 f. Monografia - curso de Direito, Universidade de Brasília, Brasília, 2014.

BASSO, Maristela. *O Direito Internacional da Propriedade Intelectual*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2000.

BARBOSA, Cláudio Roberto. *Propriedade Intelectual: Uma Introdução À Propriedade Intelectual Como Informação*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

BARBOSA, Denis Borges. *Como o Requisito Autoral de Originalidade vai se Radicando nos Precedentes Judiciais*. dez. 2012. Disponível em: <[http://www.denisbarbosa.addr.com/arquivos/200/propriedade/requisito\\_autoral\\_originalidade.pdf](http://www.denisbarbosa.addr.com/arquivos/200/propriedade/requisito_autoral_originalidade.pdf)>. Acesso em: 02 de junho de 2014.

\_\_\_\_\_. *Uma introdução à propriedade intelectual*. 2a ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003.

BITTAR, Carlos Alberto. *Direito de autor*. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2003.

\_\_\_\_\_. *Direito de Autor*. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2013.

\_\_\_\_\_. *TRIPs e as novas normas de Propriedade Intelectual*, 1994. Disponível em: <[https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0ahUKEwj3\\_aHckaHMAhWB4CYKHcZXAFwQFggvMAM&url=http%3A%2F%2Fdenisbarbosa.addr.com%2F70.doc&usg=AFQjCNED0\\_ZtIrphmg7\\_wIxxgNvjXRKXeHQ&sig2=7MUVSfDrgVLpYSn9U1Y3iw&bvm=bv.119745492,d.eWE&cad=rja](https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0ahUKEwj3_aHckaHMAhWB4CYKHcZXAFwQFggvMAM&url=http%3A%2F%2Fdenisbarbosa.addr.com%2F70.doc&usg=AFQjCNED0_ZtIrphmg7_wIxxgNvjXRKXeHQ&sig2=7MUVSfDrgVLpYSn9U1Y3iw&bvm=bv.119745492,d.eWE&cad=rja)>. Acesso em: 21 abr. 2016.

BESSER, Deborah. *Você sabe o que é Fast Fashion?*, 2010. Disponível em: <<http://moda.ig.com.br/modanomundo/voce-sabe-o-que-e-fast-fashion/n1237795692971.html>>. Acesso em: 19 abr. 2016.

BOURDIEU, Pierre. *A Distinção: Crítica Social Do Julgamento*. Tradução de Daniela Kern; Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: Edusp, Porto Alegre: Zouk, 2007.

BRASIL, Luisa. *Imposto é o Grande Vilão do Preço das Roupas*, 2014. Disponível em: <<http://odia.ig.com.br/noticia/economia/2014-04-12/imposto-e-o-grande-vilao-do-preco-das-roupas-no-pais.html>>. Acesso em: 06 set 2015.

BRASIL. Presidência da República. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 20 de junho de 2014.

\_\_\_\_\_. Decreto no 75.699, de 6 de maio de 1975. Promulga a Convenção de Berna para a Proteção das Obras Literárias e Artísticas, de 9 de setembro de 1886, revista em Paris, a 24 de julho de 1971. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/1970-1979/D75699.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1970-1979/D75699.htm)>. Acesso em: 20 de junho de 2014.

\_\_\_\_\_. Lei no 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9610.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm)>. Acesso em: 20 de junho de 2014.

BRASIL. Ministério da Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. *Define o conceito de indústria da moda*. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=2&menu=3696>>. Acesso em: 06 de set. de 2014.

BURACK, Alissandra. *Is Fashion an Art Form That Should Be Protected or Merely a Constantly Changing Media Encouraging Replication of Popular Trends*, 01 jan. 2010. Jeffrey S. Moorad Sports Law Journal: Vol. 17: Iss. 2, Article 11. Disponível em: <<http://digitalcommons.law.villanova.edu/mslj/vol17/iss2/11>>. Acesso em: 12 abr 2016.

CABRAL, Plínio. *A Nova Lei De Direitos Autorais: Comentários*. 4a ed. São Paulo, SP: Harbra, 2003.

CABRERA, Rafaela Ferreira. *Fashion Law - O Direito De Propriedade Intelectual Aplicado A Moda*. Disponível em: <<http://intertemas.toledoprudente.edu.br/revista/index.php/ETIC/article/viewFile/3581/3338>>. Acesso em: 21 mar. 2016.

CARVALHO, Nuno Tomaz Pires de. *A Estrutura dos Sistemas de Patentes e de Marcas: Passado, Presente E Futuro*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2009.

COLMAN, Charles. An Overview of Intellectual Property Issues Relevant to the Fashion Industry. In: SILVANIC, M. (Ed.). *Navigating Fashion Law: Leading Lawyers on Exploring the Trends, Cases, and Strategies of Fashion Law*. Coletânea Inside the Minds, Estados Unidos da América: Aspatore Books, 2012. p. 113-204.

CONVENÇÃO DE PARIS PARA A PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL.  
França: 1883.

COSTA, Dahyana Siman Carvalho da. *Comercial: Concorrência desleal*, [201?]. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=9121](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=9121)>. Acesso em: 18 abr. 2016.

EGUCHI, Aya. *Curtailing copycat couture: the merits of the innovative design protection and piracy prevention act and a licensing scheme for the fashion industry*, [201?]. Cornell Law Review, v. 97, p. 131-158. Disponível em: <<http://cornell.lawreviewnetwork.com/files/2013/02/Eguchi-final.pdf>>. Acesso em: 16 de set. 2014.

FIORINI, Verônica. *Design de moda: abordagens conceituais e metodológicas*. In: PIRES, Dorotéia Baduy (Org.). *Design de moda: olhares diversos*. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008, p. 95-114.

FONSECA, Yuri Ikeda. *O Direito Autoral Como Propriedade Especial*. Âmbito Jurídico, v. 101, p. 1-10, 2012. Disponível em <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=11772&revista\\_caderno=7](http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=11772&revista_caderno=7)>. Acesso em: 04 de junho de 2014.

FRAGOSO, João Henrique da Rocha. *Direito Autoral: Da Antiguidade À Internet*. São Paulo: Quartier Latin, 2009.

FRANCE. *Code de la propriété intellectuelle*. Modifié par Loi n°94-361 du 10 mai 1994. Dispõe sobre a aplicação da Lei de Propriedade Industrial Francesa.

GOYANES, Marcelo. *Tópicos Em Propriedade Intelectual: Marcas, Direitos Autorais, Designs E Pirataria*. Rio de Janeiro: Renovar, 2007.

IBAIXE, João; SABÓIA, Valquíria. *Fashion Law e o conceito de Moda: Que é Moda? É possível definição precisa? Quais seriam seus elementos característicos?*, 2014. Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI205054,61044-Fashion+Law+e+o+conceito+de+Moda>>. Acesso em: 16 abr. 2016.

JONES, Sue Jenkyn. *Fashion design – manual do estilista*. Tradução de Iara Biderman. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

KANE, Sally. *Fashion Law: Practice Overview of Fashion and Apparel Law*. About Careers: aboutcareers.com, [2014]. Disponível em: <<http://legalcareers.about.com/od/legalpracticeareas/a/Fashion-Law.htm>>. Acesso em: 06 set 2015.

KAWAY, Mina. *An Overview of Fashion Law in the United States and Brazil*, 05 nov.2012. Disponível em <<http://bhbaipblog.wordpress.com/2012/11/05/an-overview-of-fashion-law-in-the-united-states-and-brazil/>>. Acesso em 15/05/2013.

KOLSUM, B.; JIMENEZ, G. C. *Fashion Law A Guide for Designers, Fashion Executives, and Attorneys*. New York: Fairchild Books, 2013, 346p.

LEAL, Ana Luisa. *Veja por que o Mercado de Moda no Brasil é o que mais Cresce*. Portal Revista Exame: exame.com, 22 jan. 2014. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/1057/noticias/a-moda-que-vale-bilhoes>>. Acesso em: 23 mar 2016.

LEWICKI, Bruno. *A historicidade do direito autoral*. In: ADOLFO, Luiz Gonzaga Silva; WACHOWICZ, Marcos (coords.). *Direito de propriedade intelectual – estudos em homenagem ao Pe. Bruno Jorge Hammes*. Curitiba: Juruá, 2006, p. 292-293.

LIPKE, David. *Trovata, Forever 21 Case Set for Trial*, 13 abr. 2009. Disponível em: <<http://www.d.com/business-news/legal/trovata-forever-21-copying-case-set-for-trial-2101514/>>. Acesso em: 11 abr 2016.

LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

MAIA, Laís Helena Horta. *A contrafação das criações de moda: a possibilidade de proteção das criações de moda em face ao crime de contrafação*, 2009. Monografia – UFS, São Cristóvão, 2009.

MARTINS, Eliane M. Octaviano. *Acordo Trips: Os direitos de propriedade intelectual, o comércio e o quadro normativo brasileiro*, [201?]. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=7106](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=7106)>. Acesso em: 21 abr. 2016.

MEDEIROS, Maria Clara de Miranda. *As Novas Possibilidades Jurídicas Decorrentes da Relação entre Propriedade Intelectual e Direito da Moda*, jun 2015. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/39668/as-novas-possibilidades-juridicas-decorrentes-da-relacao-entre-propriedade-intelectual-e-direito-da-moda/2>>. Acesso em: 12 abr 2016.

MELO, Edgar. *Fashion Law: Advogadas que atuaram na indústria da moda crescem contribuindo para agregar mais ética ao setor*. Portal Revista Visão Jurídica: revistavisaojuridica.uol.com.br, [201-?]. Disponível em: <<http://revistavisaojuridica.uol.com.br/advogados-leis-jurisprudencia/86/fashion-law-advogadas-que-atuaram-na-industria-da-moda-293307-1.asp>>. Acesso em: 08 abr. 2016.

MENEZES, Elisângela Dias. *Curso de direito autoral*. Belo Horizonte: Del Rey, 2007.

MOURA, Mônica. A moda entre a arte e o design. In: PIRES, Dorotéia Baduy (org.). *Design de moda: olhares diversos*. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008, p. 37-73.

NUNES, Caroline. *Fashion Law: O Direito Na Moda*. Portal Jornalismo Econômico: jornalismoeconomico.uniritter.edu.br, 10 dez. 2015. Disponível em: <<http://jornalismoeconomico.uniritter.edu.br/?p=1045>>. Acesso em: 08 abr. 2016.

O NEGÓCIO DO VAREJO. *O Mercado de Moda Brasileiro*, 20 set. 2013. Disponível em: <<http://onegociodovarejo.com.br/infografico/o-mercado-de-moda-brasileiro-2/>>. Acesso em: 12 set. 2014.

ORTEGA, Azahara Martin. *Fashion Law - o Direito na moda*. Portal UOL: [jota.uol.com.br](http://jota.uol.com.br), 30 out. 2014. Disponível em: <<http://jota.uol.com.br/fashion-law-o-direito-na-moda>>. Acesso em: 08 abr 2016.

PLÁCIDO, Lucila de Castro. *Fashion Law: A relevância jurídica da moda*, 18 ago 2015. Disponível em: <[http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id\\_dh=14306](http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=14306)>. Acesso em: 02 mar. 2016.

PORTUGAL. Instituto Nacional da Propriedade Industrial, [?]. Disponível em: <<http://www.marcaspatentes.pt/index.php?section=87>>. Acesso em: 24 out. 2015.

PRECIOSA, Rosane; CAMPOS, Gisela Belluzo de. Arte e design como práticas criativas frente ao contemporâneo. In: PIRES, Dorotéia Baduy (org.). *Design de moda: olhares diversos*. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008, p. 207-218.

RAMOS, André Luiz S. C. *Você sabe o que é “trade dress”?*, 2014. Disponível em: <<http://alcramos.jusbrasil.com.br/artigos/121943290/voce-sabe-o-que-e-trade-dress>>. Acesso em: 11 abr. 2016.

RAMOS, Carolina Tinoco. *Contributo mínimo em direito de autor: o mínimo grau criativo necessário para que uma obra seja protegida; contornos e tratamento jurídico no direito internacional e no direito brasileiro*. Dissertação (Mestrado em Direito Internacional e Integração Econômica). Programa de Pós-Graduação em Direito, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <[http://www.bdt.d.uerj.br/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=2005](http://www.bdt.d.uerj.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=2005)>. Acesso em: 27 de junho de 2015.

RAUSTIALA, Kal; SPRIGMAN, Christopher Jon. *The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in Fashion Design*, 2006. Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=878401>>. Acesso em 25.11.2015.

RAUSTIALA, Kal; SPRIGMAN, Christopher. *The knockoff economy: how imitation sparks innovation*. Oxford: Oxford University Press, 2012. Disponível em: <[http://books.google.com.br/books?id=ALIRz3JGjw4C&pg=PP1&lpg=PP1&dq=The+Knockoff+Economy:+How+Imitation+Sparks+Innovation&source=bl&ots=gwQZv\\_5OjV&sig=rj7n3vFWi4V\\_13zj2qp2gCibGqQ&hl=pt-BR&sa=X&ei=qwqbU9LxKJHQsQTF2oCQCQ&ved=0CEwQ6AEwBTgK#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.br/books?id=ALIRz3JGjw4C&pg=PP1&lpg=PP1&dq=The+Knockoff+Economy:+How+Imitation+Sparks+Innovation&source=bl&ots=gwQZv_5OjV&sig=rj7n3vFWi4V_13zj2qp2gCibGqQ&hl=pt-BR&sa=X&ei=qwqbU9LxKJHQsQTF2oCQCQ&ved=0CEwQ6AEwBTgK#v=onepage&q&f=false)>. Acesso em: 04 de junho de 2014.

ROSINA, Mônica Steffen Guise. *Fashion Law é a Nova Moda do Direito*. Revista Observatório Itaú Cultural, São Paulo, número 16 (p. 106 a 116), jan./jun 2014. Disponível em: <[http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/2014/06/OBSERVATORIO16\\_0.pdf](http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/2014/06/OBSERVATORIO16_0.pdf)>. Acesso em 10 out. 2014.

SANTOS, Márcia Walquiria Batista dos. *A Elaboração da Pesquisa e da Monografia Jurídica*. São Paulo: Malheiros Editores, 2004.

SCAFIDI, Susan. Fiat Fashion Law! The Launch of a Label - and a New Branch of Law. In: SILVANIC, M. (Ed.). *Navigating Fashion Law: Leading Lawyers on Exploring the Trends, Cases, and Strategies of Fashion Law*. Coletânea Inside the Minds, Estados Unidos da América: Aspatore Books, 2012. p. 7-18.

SCOCUGLIA, Livia. *Propriedade Industrial*: Na falta de lei própria, direito pode ser garantido com provas, 2014. Disponível em: <<http://www.conjur.com.br/2014-mar-09/entrevista-andre-mendes-coordenador-direito-moda-lo-baptista>>. Acesso em: 25 jul. 2014.

SERPA, Flávia de Araújo. *Propriedade industrial*: conceitos básicos. Revista Jus Navigandi, Teresina, ano 18, n. 3536, 7 mar. 2013. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/23908>>. Acesso em: 19 out. 2015.

SIMMEL, Georg. *A moda*. Tradução de Antonio Carlos Santos. IARA Revista de Moda, Cultura e Arte, São Paulo v.1, n. 1, p. 163-188, abr./ago. 2008. Disponível em <[http://www.ufjf.br/posmoda/files/2008/07/07\\_IARA\\_Simmel\\_ver\\_sao\\_final.pdf](http://www.ufjf.br/posmoda/files/2008/07/07_IARA_Simmel_ver_sao_final.pdf)>. Acesso em: 04 de junho de 2014.

SILVA, Eduardo Hermes Barboza da. *Tratado-Contrato*: Acordo Trips é dirigido somente aos Estados signatários e não aos particulares, 2014. Disponível em: <<http://www.conjur.com.br/2014-ago-08/eduardo-hermes-somente-estado-signatario-invocar-acordo-trips2>>. Acesso em: 21 abr. 2016.

SILVEIRA, Newton. *Direito de autor no desenho industrial*. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 1982.

\_\_\_\_\_. Estudos e pareceres de propriedade intelectual. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008.

\_\_\_\_\_. *Propriedade intelectual*: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2011.

\_\_\_\_\_. *Direito de Autor no Design*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

SOUZA, Elane. “Pirataria” é crime: Propriedade Intelectual em risco!, maio 2014. Disponível em: <<http://lanyy.jusbrasil.com.br/artigos/185093634/pirataria-e-crime-propriedade-intelectual-em-risco>>. Acesso em: 11 abr. 2015.

STATISTIC BRAIN RESEARCH INSTITUTE. *Fashion Industry Statistics*, 2015. Disponível em: <<http://www.statisticbrain.com/fashion-industry-statistics>>. Acesso em: 06 set. 2015.

TRIDENTE, Alessandra. *Direito autoral*: paradoxos e contribuições para a revisão da tecnologia jurídica no século XXI. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

THROSBY, David. *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

VALIATI, Leandro; SILVA, Liliana Souza e; Oliveira, Lucia Maciel Barbosa de; PEREIRA, Roberto Nunes. *Economia e Cultura da Moda no Brasil*. Disponível em: <<http://www.iniciativacultural.org.br/wp-content/uploads/2011/01/Pesquisa-Economia-e-Cultura-da-Moda-2012.pdf>>. Acesso em: 2015.

WILSON, Eric. *Designers Revisit Copyright Protection*, 2011. Disponível em: <[http://runway.blogs.nytimes.com/2011/07/15/designers-revisit-copyright-protection/?\\_r=0](http://runway.blogs.nytimes.com/2011/07/15/designers-revisit-copyright-protection/?_r=0)>. Acesso em: 20 abr. 2016.



ZANETTI, Robson. *A escolha do nome comercial*, [201?]. Disponível em: <<http://www.arcos.org.br/artigos/a-escolha-do-nome-comercial/>>. Acesso em: 18 abr. 2016.